

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG
PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT
MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)**

**Skripsi
Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**Fitria Sapta Riani
NPM. 1451020202
Jurusan: Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H/2019 M**

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG
PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT
MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)**

Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**Fitria Sapta Riani
NPM. 1451020202**

Jurusan: Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Asriani, SH.MH.

Pembimbing II : Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H/2019 M**

ABSTRAK

Dikalangan masyarakat masih ada tanggapan yang sangat sulit yang merumuskan persepsi mereka bahwa bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional. Fakta yang ikut membentuk persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah yaitu komunikasi atau promosi yang dilakukan lembaga keuangan syariah kurang maksimal dikarenakan anggaran promosi yang relatif kecil, kelengkapan dari sistem perbankan syariah yang belum mapan, SDM di bank syariah dapat dikatakan sebagian besarnya adalah alumni bank konvensional yang tentu akan membawa pola pikir, budaya dan sistem bank konvensional. Sehingga bank syariah yang murni syariah sesungguhnya belum sepenuhnya mewarnai semua visi, misi dan sekap terjang bank syariah.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Persepsi Masyarakat Kecamatan Kemiling tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk Bank Syariah?. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Kecamatan Kemiling tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk Bank Syariah

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif atau penelitian survey yaitu penelitian yang menggunakan penelitian kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung yang berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengaruh pengetahuan (X_1), kepercayaan (X_2) dan produk dan layanan (X_3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah (Y). peneliti menguji dengan uji F yaitu dilihat dari tabel (ANNOVA) bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , bahwa nilai $F_{hitung} 66.860 > F_{tabel} 2,70$ dengan taraf signifikan 0,000. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel antara pengaruh pengetahuan (X_1), kepercayaan (X_2) dan produk dan layanan (X_3) secara bersama/simultan terhadap pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah. Sedangkan perspektif ekonomi Islam terhadap minat memilih produk bank syariah tersebut sudah berdasarkan prinsip keadilan, dimana produk-produknya menggunakan prinsip bagi hasil dan margin.

Kata kunci: Persepsi Masyarakat, Produk Bank Syariah



KEMENTERIAN AGAMA RI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let.Kol. Ht. EndroSuratmin, Sukarame, Telp.Fax. (0721) 703289 Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul Skripsi

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT
TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
MINAT MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH
(Studi pada Masyarakat Kecamatan Kemiling
Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa

Fitria Septa Riani

NPM

1451020202

Jurusan

Perbankan Syaria'ah

Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di munagasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munagasyah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 12 September 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Asriani, SH.MM.

NIP 196605061992032001


Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I.

NIP

Ketua Jurusan


Erike Anggraeni, M.E.Sy. D.B.A.

NIP 198208082011012009



KEMENTERIAN AGAMA RI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let.Kol. Hi. EndroSuratmin, Sukarame, Telp.Fax: (0721) 703289 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK**

BANK SYARIAH (Studi pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar

Lampung)” jurusan Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang

munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari / Tanggal : Jum'at, 23

Agustus 2019.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua : Dr.H. Isnaeni, M.A.

Sekretaris : Ersi Sisdianto, M.Ak.

Penguji I : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy.

Penguji II : Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I.,

DEKAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.

NIP.198008012003121001

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

“Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

(QS. Al-Jumu'ah: 10)¹



¹ Departement Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Wicaksana, 2016).
h, 554

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsiku ini kepada

1. Kedua Orang Tuaku yang amat kusayangi dan Aku hormati, Bapak Daman Huri dan Ibu Nurlaina yang telah mencurahkan cinta dan kasih sayangnya dengan sabar dan Ikhlas serta pengorbanan yang tulus bagi putrinya.
2. Kepada kakak-kakakku yang selalu ada untuk memberi motivasi, semangat dan dukungan kepada penulis dalam setiap hal.
3. Kepada sahabat-sahabatku Febri Rahmadillah, S.Sos, Umi Syahadah Alimiah, S.Pd, Septiani Akmalia, S.pd, Lusinta Elva Dhita, Nurhapipah, dan seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2014 khususnya mahasiswa-mahasiswi Perbankan Syariah kelas E. Terimakasih atas kebersamaan selama ini yang selalu mememani, membantu dan selalu memberi motivasi serta dukungan kepada penulis baik suka maupun duka.
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Fitria Sapta Riani, dilahirkan di Sinar Waya pada tanggal 12 agustus 1995 , sebagai anak bungsu dari pasangan Bapak Daman Huri dan Ibu Nurlaina.

Pendidikan dimulai dari Madrasah Ibtidaiyah Negeri (MIN) Model Bandung Baru dan selesai pada tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Sukoharjo selesai tahun 2011, Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Sukoharjo selesai dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester I Tahun Akademik 2014/ 1435.

Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra maupun ekstra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, April 2019
Yang Membuat

Fitria Sapta Riani

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kemiling Bandar Lampung)”.

Skripsi ini guna memenuhi dan melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dalam bidang Perbankan Syariah (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak serta tidak mengurangi banyak rasa terimakasih atas bantuan semua pihak, maka secara khusus penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, S.Ag, M.Si.
2. Dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing 1 Ibu Dr. Asriani, SH.MH. yang telah membimbing, menasehati serta memberikan pengarahannya demi terselesainya skripsi ini.
3. Dosen pembimbing II Bapak Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I. yang telah membantu dan membimbing saya dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Erike Anggraeni, M.E.Sy., D.B.A. selaku ketua jurusan Perbankan Syariah.

5. Bapak Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang dengan penuh pengabdian dan telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis selama di bangku kuliah.
6. Bapak Camat Drs. Sukarma Wijaya selaku camat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung.
7. Orang tuaku tercinta Ayah Daman Huri dan Ibu Nurlaina yang selama ini telah membimbing, berjuang keras membesarkan aku dengan penuh kasih sayang sampai seperti ini, tanpa kalian aku bukanlah apa-apa.
8. Almamaterku tercinta.
- Tiada satupun yang berharga yang penulis berikan kepada mereka kecuali harapan yang tulus semoga amal dan budi mereka mendapat imbalan dari Allah SWT.
- Skripsi ini kurang dari sempurna sehingga penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata penulis berharap semoga apa yang penulis tuangkan dalam skripsi ini akan memberikan manfaat bagi kita semua, Amiin.

Bandar Lampung, Maret 2019
Penulis,

Fitria Sapta Riani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAR HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
 BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Persepsi	9
1. Pengertian Persepsi	9
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	12
3. Proses Terjadinya Persepsi.....	12
4. Dimensi Persepsi Bank Syariah	16
B. Persepsi dalam Islam.....	17
1. Panca Indera yang Berperan dalam Proses Persepsi	21
2. Proses dan Fungsi dalam Al-Qur'an	22
C. Perbankan Syariah.....	24
1. Pengertian Perbankan Syariah.....	24
2. Karakteristik Perbankan Syariah.....	25
3. Prinsip-prinsip Operasional Bank Syariah	26
4. Sumber-sumber Dana Bank Syariah	26
5. Produk Bank syariah	27
D. Minat	34
1. Pengertian Minat	34
2. Unsur-unsur Minat	36
3. Penentuan Minat.....	36
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	36

5. Indiator Minat.....	38
E. Konsumen	40
1. Perilaku Konsumen	40
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	41
3. Proses keputusan Konsumen.....	42
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	44
5. Ciri-ciri konsumen	45
E. Definisi Operasional.....	45
F. Studi Terdahulu.....	47
G. Kerangka Pikir	50
H. Hipotesis.....	51
 BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	55
B. Objek Penelitian	55
C. Sumber dan Karakteristik Data penelitian	55
D. Populasi dan Sample	56
E. Variabel dan Operasi Variabel	58
F. Teknik Pengumpulan Data.....	59
G. Instrument Penelitian	60
H. Teknik Analisis Data.....	62
 BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Hasil Penelitian	73
C. Hasil Uji Data.....	81
D. Uji Asusmsi Klasik	84
E. Analis Regresi Linier Berganda	87
F. Uji Hipotesis.....	88
G. Pembahasan Hasil Penelitian	90
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	97
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Data Input Fasilitas Agama Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Tahun 2019	65
2. Data Input Fasilitas Pendidikan Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Tahun 2019	66
3. Data Input Fasilitas Kesehatan Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Tahun 2019	66
4. Data Input Nama-nama Camat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Menurut Umur Tahun -2019	67
5. Data Input Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Tahun 2019.....	68
6. Data Input Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Menurut Pendidikan Terakhir Tahun 2019.....	68
7. Data Input Responden Berdasarkan Usia Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Menurut Umur Tahun 2019	69
8. Data Input Responden Berdasarkan Pekerjaan Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Menurut Pekerjaan Tahun 2019.....	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum menjelaskan secara keseluruhan isi proposal, terlebih dahulu akan menjabarkan sub-sub yang dimaksud dari judul proposal. Agar menghindari kesalah pahaman didalam pembahasan dan memahami judul proposal yang diajukan, adapun judul proposal yaitu: **“PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)”**. Penulis akan menjelaskan definisi terkait judul tersebut.

Pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Poin pentingnya

¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembina dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), h. 664

adalah bahwa persepsi dapat sangat beragam antara individu satu dengan yang lain yang mengalami realisasi yang sama.²

Menurut Tengku Ezni Balqiah dan Hapsari Setyowardani, mendefinisikan persepsi sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Proses ini dapat di jelaskan sebagai “bagaimana kita melihat dunia disekeliling kita”. Dua individu mungkin menerima stimuli yang sama dalam kondisi sama, tetapi bagaimana setiap orang mengenal, memilih, mengatur dan menafsirkannya meruak proses yang sangat individual berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai, dan harapan setiap orang itu sendiri. Ketika konsumen menyiapkan sesuatu, konsumen menggunakan semua panca indranya, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa dan peraba.³

Masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.⁴

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau *interest free banking*.⁵ Bank Islam atau selanjutnya disebut

² Philip Kolter & Kevin Lane Keller, *Managemen Pemasaran Edisi 12*, (Indonesia, PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009)h.228

³ Tengku Ezni Balqiah & Hapsari Setyowardani, *Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, Cet 6, 2014),h.2.24

⁴ Masyarakat. (On-Line) tersedia di <https://.web.id> di akses pada tanggal 06 Maret 2018

⁵ Muhammad, *Managemen Bank Syariah Edisi 2*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011),h.15

dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.⁶

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan objektif

Masyarakat Kecamatan Kemiling adalah masyarakat yang mayoritas muslim yang memegang teguh ajaran Islam dalam setiap aktivitasnya. Mereka mengetahui bahwa riba diharamkan dalam Islam, namun pada realita dilapangan sebagian masyarakat Kecamatan Kemiling masih menjadi nasabah bank konvensional yang jelas menggunakan sistem riba dalam mencari keuntungan. Selain itu, kurangnya sosialisasi dan informasi oleh pihak bank syariah bisa mengurangi pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan berkurangnya minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.

2. Alasan subyektif

Pembahasan ini sangat relevan dengan disiplin ilmu pengetahuan yang penulis pelajari dalam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan

⁶ Philip korter & Kevin Lane Keller, *Managemen Pemasaran: jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.4

Syariah, serta tersedianya pendukung dalam penulisan skripsi ini, seperti sumber data dan literatur-literatur sebagai rujukan penelitian.

C. Latar Belakang Masalah

Persepsi tentang produk bank syariah merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman nasabah tentang produk dan jasa bank syariah. Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali lebih didasarkan pada aspek informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut. Pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank yang dapat menimbulkan penyimpangan-penyimpangan kegiatan usaha bank yang dapat merugikan nasabah dan memungkinkan calon konsumen tidak tertarik untuk memilih produk yang dimiliki bank tersebut.

Persepsi dirasakan sangat penting, karena persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁷

Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan Negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang, bila pada periode tahun 1992 – 1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha

⁷ Jalaludin Rahmat, “*Psikologi Komunikasi*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h. 51

syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.⁸

Landasan hukum perbankan syariah berawal dari UU No 7/92 tentang perbankan yang hanya mengatur tentang perbankan secara konvensional, kemudian bank syariah sendiri dalam sistem operasinya UU tersebut dijadikan sebagai landasan hukumnya ditambah Peraturan Pemerintah nomor 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan bagi hasil. Yang terakhir Undang-Undang nomor 7 telah dilakukan perubahan dan menghasilkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 sebagai landasan hukum bank syariah.⁹ Ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang bank syariah adalah Surat An-Nisa' ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".¹⁰

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bagaimana masyarakat berminat terhadap perbankan syariah, apabila pelaksanaan perbankan syariah

⁸ Karim Adiwarman, *Bank Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo 2014), h. 25

⁹ *Op-Cit* Muhamad. h. 3

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Wicaksana, 2016).

tidak memahami persis tentang perbankan syariah dan produk-produknya dan tidak mengherankan apabila hal tersebut yang menyebabkan masyarakat enggan bahkan kecewa terhadap bank syariah, karena masyarakat tidak memperoleh keyakinan bahwa bank syariah berbeda dengan bank konvensional, karakteristik bank syariah, produk-produk dan jasa bank syariah dan sebagainya.¹¹

Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah diprediksikan memiliki prospek dan pangsa pasar yang menjanjikan karena nasabah dapat leluasa memilih sesuai dengan spesifikasi kebutuhannya. Namun fenomena yang sebenarnya terjadi yaitu banyaknya produk perbankan syariah yang belum tersosialisasi kepada masyarakat luas sehingga peminat dalam memilih produk-produk bank masih sangat minim.

Masyarakat Kecamatan Kemiling merupakan masyarakat yang penduduknya mayoritas muslim. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden yang bernama Laili Saptiarini mengatakan bahwa “saya pernah mendengar tentang Bank Syariah. Namun tidak semua masyarakat muslim menggunakan jasa perbankan syariah dikarenakan sebagian belum yakin apakah prinsip bank syariah diterapkan dengan benar atau tidak, swlain itu informasi tentang produk-produk bank syariah yang juga dinilai masih kurang”.¹² Lebih jauh lagi, responden lain bernama Siti Habibah ditanya tentang pengetahuan Bank Syariah responden tidak memiliki pengetahuan sama sekali

¹¹ Wiroso, “*Produk Perbank Syariah* “, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), h. 10-11

¹² Laili Saptiarini, wawancara dengan penulis, Kantor Kecamatan Kemiling Bandar Lampung, 05 April 2018

tentang Bank Syariah “saya tidak tahu, saya mengira semua bank sama saja”.¹³

Disinilah peran bank-bank syariah untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait tentang perbankan syariah, agar masyarakat tahu bahwa perbankan syariah adalah bank yang menggunakan prinsip syariah sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist.

Meski sebagian masyarakat di Kecamatan Kemiling belum memahami tentang bank syariah ada juga responden bernama Zaenur yang mengatakan bahwa “Kelebihan Bank Syariah dari Bank Konvensional yaitu Bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil, Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk, serta pelayanan yang sopan, ramah, cepat dan efisien¹⁴.

Oleh sebab itu berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul *Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung).*

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹³ Siti Habibah, wawancara dengan penulis, Kecamatan Kemiling Bandar Lampung, 05 April 2018

¹⁴ Zaenur, wawancara dengan penulis, Kecamatan Kemiling Bandar Lampung, 05 April 2018

1. Bagaimana persepsi masyarakat Kecamatan Kemiling tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Kecamatan Kemiling tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk Bank Syariah.
- b. Faktor faktor apa yang mempengaruhi masyarakat Kecamatan Kemiling terhadap minat memilih produk Bank Syariah.

2. Manfaat penelitian

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan tentang pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah.
- b. Hasil yang diperoleh dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi instansi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam dunia ekonomi dan bisnis Islam.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktifitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap simulasi dasar seperti cahaya, warna dan suara. Dengan adanya itu semua, maka akan timbul persepsi. Pengertian dari persepsi adalah proses dimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan.¹³

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subjektif, persepsi yang dibentuk oleh seorang kan dipengaruhi oleh pemikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi ialah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas.¹⁴

Proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan dan proses tersebut merupakan proses pendahulu dari proses persepsi. Proses pengindraan tentu berlangsung setiap saat, pada waktu individu menerima stimulus melalui alat indera. Stimulus yang diindera itu kemudian oleh

¹³ Nugraho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), h .91

¹⁴ *Ibid.* h. 92

individu diorganisasi kemudian diinterpretasikan, sehingga individu menyadari, mengerti tentang yang diindera itu, dan proses ini disebut persepsi.¹⁵

Menurut Davidoff, persepsi bersifat individual yaitu persepsi dapat dikemukakan karena perasan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman individu tidak sama maka dalam mempersepsi suatu stimulus hasil persepsi mungkin akan berbeda antara individu satu dengan individu lain.¹⁶

Persepsi menurut Jalaluddin Rakhmat adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan- hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (sensori stimuli).¹⁷

Menurut Bimo Walgito adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diinderanya sehingga merupakan suatu yang berarti dan merupakan respon yang *integrated* dalam diri individu.¹⁸

Menurut kartini kartono, persepsi adalah pengamatan secara global, belum disertai kesadaran, sedang subjek dan objeknya belum terbedakan satu dari lainnya (baru ada proses yang memiliki tanggapan).¹⁹

¹⁵ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 88

¹⁶ *Ibid.* h. 89

¹⁷ *Ibid.* h. 50

¹⁸ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi, 2004), h.88

¹⁹ Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, (Alumni Bandung, 2008), h. 77

Menurut Robins, persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian dianalisa (diorganisir), diinterpretasikan dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna.²⁰

Menurut Thoha, persepsi pada hakekatnya adalah proses dalam memahami setiap informasi tentang lingkungannya baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayalan, perasaan dan penciuman.²¹

Dari penelitian tersebut, maka peneliti dapat memahami bahwa persepsi merupakan suatu pengamatan individu atau proses pemberian makna sebagai hasil pengamatan tentang suatu objek peristiwa dengan melalui panca inderanya yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti.

Penelitian ini menggunakan *teori Jones dan Davis* dikarenakan setiap individu memiliki pengetahuan serta pengalaman yang berbeda-beda sehingga antara individu satu dengan individu lainnya dapat menghasilkan persepsi yang berbeda-beda.

²⁰ Stephen Robbins, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2008), h. 124

²¹ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2003), h.123-124

2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi :²²

a. Kebutuhan

Kebutuhan merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan misalnya, rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita.

b. Kesiapan mental

Kesanggupan menyesuaikan penyesuaian sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan sosial yang berhasil.

c. Suasana emosional

Kondisi perasaan yang berkesinambungan, dicirikan dengan selalu timbulnya perasaan-perasaan yang senang atau tidak senang latar belakang atau tata nilai yang dianut oleh seseorang.

d. Latar belakang budaya

Merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.

3. Proses Terjadinya Persepsi

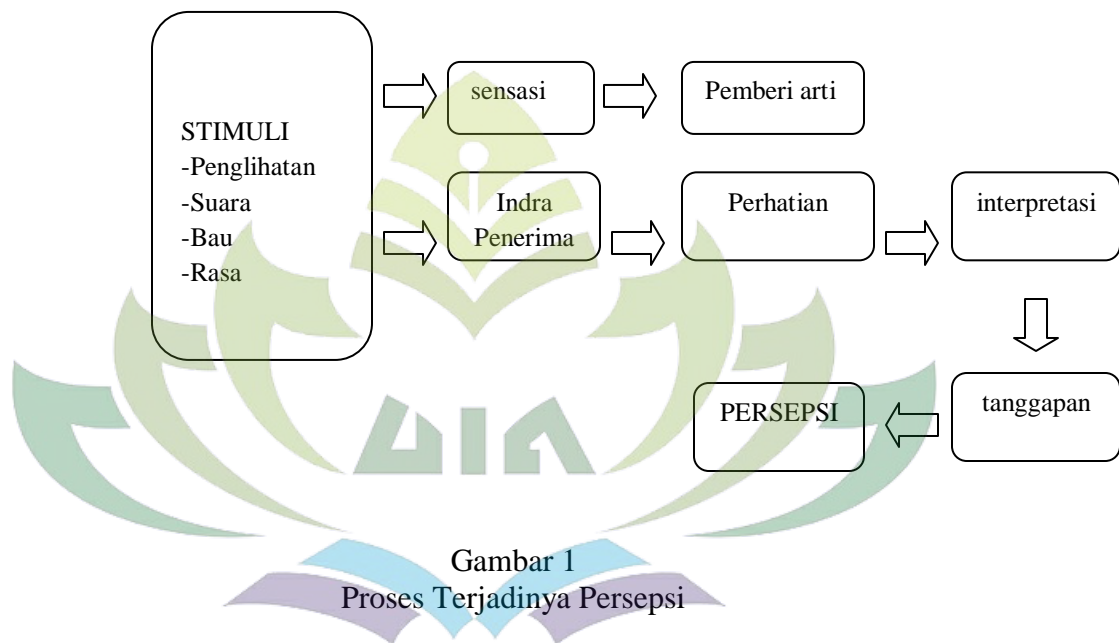
Proses persepsi adalah pemrosesan informasi yang ada disekitar kita. Ini adalah proses dimana kita memutuskan informasi mana yang perlu dikumpulkan, sebagaimana pengorganisasiannya. Persepsi merupakan proses

²² Jalaludin Rakhmat, *Op-Cit*, h.56

yang terdiri dari seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap stimulus.²³

Persepsi kita dibentuk oleh:²⁴

- a. Karakteristik dari stimuli
- b. Antara stimuli dengan sekelilingnya
- c. Kondisi-kondisi didalam diri kira sendiri.



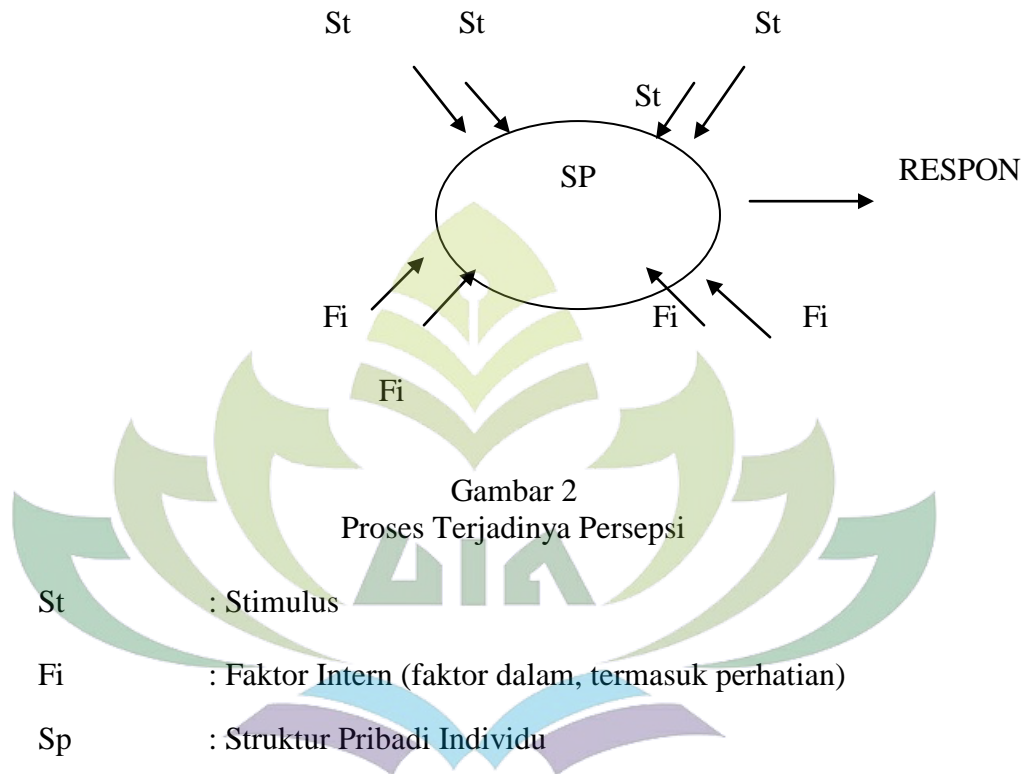
Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Namun demikian tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus

²³ Nining Wahyuningsih dan Eva Nur'ana, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Penjagan tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah", Jurnal Al-Mustasfa, vol. 4: (2016) diakses pada tanggal 07 Maret 2018

²⁴ Bimo Walgito, *Op. Cit.*, h. 86

mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan.²⁵

Secara skematis hal tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut:²⁶



Skema tersebut memberikan gambaran bahwa individu menerima bermacam-macam stimulus yang datang dari lingkungan. Tetapi tidak semua stimulus diperhatikan atau akan diberikan respon. Individu mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, dan disini berperannya perhatian. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilihnya dan diterima oleh individu,

²⁵ Bimo Walgito, *Op.Cit.* h, 90

²⁶ *Ibid*, h. 91

individu menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut.

Skema tersebut dapat dilanjutkan sebagai berikut:²⁷

L — S — O — R — L

L = Lingkungan

S = Stimulus

O = Organisme atau individu

R = Respon atau reaksi

Namun demikian masih ada pendapat atau teori lain yang melihat kaitan antara lingkungan atau stimulus dengan respond individu. Sekema tidak seperti yang dikemukakan seperti diatas , tetapi berbentuk lain, yaitu:

L — S — R — L

L = Lingkungan

S = Stimulus

R = Respon

Dalam sekema tersebut terlihat bahwa organisme atau individu tidak berperan dalam membarikan respond terhadap stimulasi yang mengenainya. Hubungan antara stinulasi dan respond bersifat mekanistik,stimulasi atau organism. Pandangan yang demikian merupakan pandangan yang behavioristik, pandangan ini berbeda dengan pandangan yang bersifat kognitif, yang

²⁷*Ibid*, h. 100

memandang berperannya organisme dalam menentukan perilaku atau respondnya.

4. Dimensi Persepsi Bank Syariah

Dimensi yang berperan dalam bentuk persepsi menurut Ricardo Baba dan Ricky Lang yaitu²⁸:

- a. Pengetahuan tentang perbankan syariah, dimensi ini menunjukkan pengetahuan mengenai perbankan syariah yang meliputi reputasi bank syariah, prinsip operasional bank syariah serta bank syariah hanya untuk pelanggan muslim.
- b. Kepercayaan terhadap bank syariah, dimensi ini menunjukkan mengenai suatu keyakinan terhadap bank suatu keyakinan terhadap bank syariah bahwa produk bank syariah lebih aman, serta bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional.
- c. Produk dan layanan bank syariah, dimensi ini menunjukkan bahwa bank syariah memberikan pelayanan yang cepat dan efisien, staf bank syariah sopan dan ramah serta bank syariah menyediakan berbagai macam produk dan layanan.

²⁸ Ricardo Baba dan Ricky Lang, "Perceptions of Non-Muslims Towards Islamic Banking" *Banker's Journal Malaysia* 10, No 138 (2012), h. 12

B. Persepsi dalam Islam

Persepsi adalah fungsi psikis yang penting yang menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realita kehidupan yang dihadapi manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhalifahan dan diberikan berbagai macam keistimewaan yang salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan lebih kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah yang lainnya. Dalam bahasa Al-Qur'an, beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan. Dalam QS. Al-Mukminun ayat 12-24, yaitu:

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّن طِينٍ ﴿١٢﴾ ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ ﴿١٣﴾
ثُمَّ خَلَقْنَا النُّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظْمًا
فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أَنْشَأْنَاهُ خَلْقًا آخَرَ ۚ فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ ﴿١٤﴾
ثُمَّ إِنَّكُمْ بَعْدَ ذَلِكَ لَمَيِّتُونَ ﴿١٥﴾ ثُمَّ إِنَّكُمْ يَوْمَ الْقِيَمَةِ تُبْعَثُونَ ﴿١٦﴾ وَلَقَدْ
خَلَقْنَا فَوْقَكُمْ سَبْعَ طَرَائِقٍ وَمَا كُنَّا عَنِ الْخَلْقِ غَافِلِينَ ﴿١٧﴾ وَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ
مَاءً بِقَدَرٍ فَأَسْكَنَّاهُ فِي الْأَرْضِ ۖ وَإِنَّا عَلَىٰ ذَهَابٍ بِهِ ۖ لَقَدْ ارْتَوَوْا ﴿١٨﴾ فَأَنْشَأْنَا
لَكُمْ بِهِ جَنَّاتٍ مِّنْ خَيْلٍ وَأَعْنَابٍ لَّكُمْ فِيهَا فَاوَكُهُ كَثِيرَةٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ ﴿١٩﴾
وَشَجَرَةً تَخْرُجُ مِنْ طُورٍ سَيْنَاءَ تَنْبُتُ بِالدُّهْنِ وَصِبْغٍ لِلْأَكْلِينَ ﴿٢٠﴾ وَإِنَّ لَكُمْ فِي
الْأَنْعَامِ لَعِبْرَةً ۖ نُّسْقِيكُم مِّمَّا فِي بُطُونِهَا وَلَكُمْ فِيهَا مَنَافِعُ كَثِيرَةٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ ﴿٢١﴾
وَعَلَيْهَا وَعَلَى الْفُلْكِ تُحْمَلُونَ ﴿٢٢﴾ وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ ۖ فَقَالَ يَتَقَوَّمِر

اَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۖ أَفَلَا تَتَّقُونَ ﴿١٦٢﴾ فَقَالَ الْمَلَأُوا الَّذِينَ كَفَرُوا
 مِنْ قَوْمِهِ مَا هَذَا إِلَّا بَشَرٌ مِثْلُكُمْ يُرِيدُ أَنْ يَتَفَضَّلَ عَلَيْكُمْ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ
 لَأَنْزَلَ مَلَائِكَةً مَّا سَمِعْنَا بِهَذَا فِي آبَائِنَا الْأَوَّلِينَ ﴿١٦٣﴾

Artinya:

“Dan Sesungguhnya kami Telah menciptakan manusia dari suatu saripati (berasal) dari tanah.

Kemudian kami jadikan saripati itu air mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim). Kemudian air mani itu kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu kami jadikan segumpal daging, dan segumpal daging itu kami jadikan tulang belulang, lalu tulang belulang itu kami bungkus dengan daging. Kemudian kami jadikan dia makhluk yang (berbentuk) lain. Maka Maha sucilah Allah, Pencipta yang paling baik. Kemudian, sesudah itu, Sesungguhnya kamu sekalian benar-benar akan mati. Kemudian, Sesungguhnya kamu sekalian akan dibangkitkan (dari kuburmu) di hari kiamat. Dan Sesungguhnya kami Telah menciptakan di atas kamu tujuh buah jalan (tujuh buah langit); dan kami tidaklah lengah terhadap ciptaan (Kami). Dan kami turunkan air dari langit menurut suatu ukuran; lalu kami jadikan air itu menetap di bumi, dan Sesungguhnya kami benar-benar berkuasa menghilangkannya. Lalu dengan air itu, kami tumbuhkan untuk kamu kebun-kebun kurma dan anggur; di dalam kebun-kebun itu kamu peroleh buah-buahan yang banyak dan sebahagian dari buah-buahan itu kamu makan, Dan pohon kayu keluar dari Thursina (pohon zaitun), yang menghasilkan minyak, dan pemakan makanan bagi orang-orang yang makan. Dan Sesungguhnya pada binatang-binatang ternak, benar-benar terdapat pelajaran yang penting bagi kamu, kami memberi minum kamu dari air susu yang ada dalam perutnya, dan (juga) pada binatang-binatang ternak itu terdapat faedah yang banyak untuk kamu, dan sebagian daripadanya kamu makan, Dan di atas punggung binatang-binatang ternak itu dan (juga) di atas perahu-perahu kamu diangkut. Dan Sesungguhnya kami Telah mengutus Nuh kepada kaumnya, lalu ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah oleh kamu Allah, (karena) sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain Dia. Maka Mengapa kamu tidak bertakwa (kepada-Nya)?" Maka pemuka-pemuka orang yang kafir di antara kaumnya menjawab: "Orang Ini tidak lain hanyalah manusia seperti kamu, yang bermaksud hendak menjadi seorang yang lebih Tinggi dari kamu. dan kalau Allah menghendaki, tentu dia mengutus beberapa orang malaikat.

belum pernah kami mendengar (seruan yang seperti) Ini pada masa nenek moyang kami yang dahulu.”²⁹

Disebut proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan penglihatan. Dalam ayat ini tidak disebutkan telinga dan mata, tetapi sebuah fungsi. Kedua fungsi ini merupakan fungsi vital bagi manusia dan disebutkan selalu dalam keadaan bersamaan.

Proses persepsi didahului dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor, yaitu indera. Fungsi indera manusia sendiri tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, akan tetapi ia akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Sehingga ia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang akhirnya membentuk persepsi dan pengetahuan terhadap alam luar.³⁰

Ada indera yang dimiliki oleh manusia berjumlah lima macam yang bisa disebut dengan panca indera. Panca indera merupakan suatu alat yang berperan penting dalam melakukan persepsi, karena dengan panca indera inilah individu dapat memahami informasi menjadi sesuatu yang bermakna.

Proses persepsi dilalui dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor yaitu indera, yang tidak langsung berfungsi setelah dia lahir, tetapi akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya. Didalam Al-Qur'an terdapat

²⁹ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Wicaksana, 2016). h, 342-343

³⁰ Najati, *Psikologi dalam Al-Qur'an dalam Penyembuhan Gangguan Kejiwaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 49

ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain dalam QS. An-Nahl ayat 78 dan As-Sajdah ayat 9, yaitu:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya:

*Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur (QS. An-Nahl Ayat 78)*³¹

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ ۚ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۚ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٩﴾

Artinya:

*Kemudian dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati; (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur (QS. As-Sadjah ayat 9)*³²

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui suatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera untuk manusia sehingga manusia dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dengan pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup didalam lingkungan tersebut.

³¹Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Wicaksana, 2016).
h, 220

³²*Ibid*, h. 332

1. Panca Indera yang Berperan dalam Proses Persepsi, antara lain:

a. Penglihatan

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يُزْجِي سَحَابًا ثُمَّ يُؤَلِّفُ بَيْنَهُ ثُمَّ يَجْعَلُهُ رُكَّامًا فَتَرَى
الْوَدْقَ تَخْرُجُ مِنْ خِلَالِهِ وَيُنَزِّلُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ جِبَالٍ فِيهَا مِنْ
بَرَدٍ فَيُصِيبُ بِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَصْرِفُهُ عَنْ مَنْ يَشَاءُ يَكَادُ سَنَا بَرْقِهِ
يَذْهَبُ بِالْأَبْصَارِ ﴿٤٣﴾

Artinya:

Tidaklah kamu melihat bahwa Allah mengarak awan, Kemudian mengumpulkan antara (bagian-bagian)nya, Kemudian menjadikannya bertindih-tindih, Maka kelihatanlah olehmu hujan keluar dari celah-celahnya dan Allah (juga) menurunkan (butiran-butiran) es dari langit, (yaitu) dari (gumpalan-gumpalan awan seperti) gunung-gunung, Maka ditimpakan-Nya (butiran-butiran) es itu kepada siapa yang dikehendaki-Nya dan dipalingkan-Nya dari siapa yang dikehendaki-Nya. Kilauan kilat awan itu hampir-hampir menghilangkan penglihatan (QS. An-Nuur ayat 43)³³

b. Pendengaran

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ
اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمُ أُولُوا الْأَلْبَابِ ﴿١٨﴾

Artinya:

Yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. mereka Itulah orang-orang yang Telah diberi Allah petunjuk dan mereka Itulah orang-orang yang mempunyai akal (QS. Az-Zumar ayat 18)³⁴

³³ Ibid, h. 284

³⁴ Ibid, h. 367

c. Penciuman

وَالْحَبُّ ذُو الْعَصْفِ وَالرَّيْحَانُ ﴿١٢﴾

Artinya:

*Dan biji-bijian yang berkulit dan bunga-bunga yang harum baunya (QS. Ar-Rahman ayat 12)*³⁵

d. Perasaan

Perasaan merupakan gejala psikis dengan tiga sifat khas, yaitu:

- 1) Dihayati secara subyektif
- 2) pada umumnya berkaitan dengan gejala pengenalan
- 3) Dialami oleh individu dengan rasa suka atau tidak suka

Persepsi dalam pandangan islam adalah suatu proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi baik melalui panca indera, seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan hati dan akal.

2. Proses dan Fungsi dalam Al-Qur'an

Dalam bahasa Al-Qur'an beberapa proses dan fungsi persepsi dimulai dari proses penciptaan yang terdapat dalam QS. Al-Mukminun: 12-14,³⁶ yaitu:

³⁵ Ibid, h. 425

³⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Wicaksana, 2016).
h, 342

وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنْ سُلَالَةٍ مِّن طِينٍ ﴿١٢﴾ ثُمَّ جَعَلْنَاهُ نُطْفَةً فِي قَرَارٍ مَّكِينٍ
 ثُمَّ خَلَقْنَا النُّطْفَةَ عَلَقَةً فَخَلَقْنَا الْعَلَقَةَ مُضْغَةً فَخَلَقْنَا الْمُضْغَةَ عِظْمًا
 فَكَسَوْنَا الْعِظْمَ لَحْمًا ثُمَّ أُنشَأْنَاهُ خَلْقًا ءَاخَرَ فَتَبَارَكَ اللَّهُ أَحْسَنُ الْخَالِقِينَ ﴿١٣﴾

Artinya:

Dan Sesungguhnya kami Telah menciptakan manusia dari suatu saripati (berasal) dari tanah. Kemudian kami jadikan saripati itu air mani (yang disimpan) dalam tempat yang kokoh (rahim). Kemudian air mani itu kami jadikan segumpal darah, lalu segumpal darah itu kami jadikan segumpal daging, dan segumpal daging itu kami jadikan tulang belulang, lalu tulang belulang itu kami bungkus dengan daging. Kemudian kami jadikan dia makhluk yang (berbentuk) lain. Maka Maha sucilah Allah, Pencipta yang paling baik.

Begitu juga halnya dalam QS Al-An'am ayat 7,³⁷ yaitu:

وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالُوا الَّذِيْنَ كَفَرُوا إِنَّ هَٰذَا إِلَّا سِحْرٌ مُّبِينٌ ﴿٧﴾

Artinya:

Dan kalau kami turunkan kepadamu tulisan di atas kertas, lalu mereka dapat menyentuhnya dengan tangan mereka sendiri, tentulah orang-orang kafir itu berkata: "Ini tidak lain hanyalah sihir yang nyata.

Ayat diatas berkaitan dengan kemampuan menyadari indera yang berhubungan sifat rangsang sentuhan. Dalam kisah nabi Yusuf dan keluarganya, diceritakan kemampuan ayahnya , yaitu nabi Yakub dalm

³⁷Ibid. h, 128

merasakan kehadiran Yusuf hanya melalui penciuman terhadap bau Yusuf yang berasal dari baju yang dibawa kakak-kakak Yusuf.³⁸ (QS. Yusuf: 94)³⁹

وَلَمَّا فَصَلَ الْعِيرُ قَالَ أَبُوهُمْ إِنِّي لَأَجِدُ رِيحَ يُوسُفَ لَوْلَا أَن تَفْنَدُونِ ﴿٩٤﴾

Artinya:

Tatkala kafilah itu Telah ke luar (dari negeri Mesir) Berkata ayah mereka: "Sesungguhnya Aku mencium bau Yusuf, sekiranya kamu tidak menuduhku lemah akal (tentu kamu membenarkan aku)".

C. Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank islam atau disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang beroprasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan Hadist Nabi Saw. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.⁴⁰

³⁸ Ibid. h, 246

³⁹ Abdur Rahman Shaleh, " Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam", (Jakarta: Kencana, 2009), h. 112

⁴⁰ Muhamad, *Op.cit*, h. 2

Antoni dan Perwataatmaja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah islam. Bank Indonesia adalah:⁴¹

- a. bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam
- b. Bank yang tatacara beroperasinya mengacu pada ketentuan ketentuan Al-Qur'an dan Hadist.
- c. Bank yang dalam operasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.

Dikatakan lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang di khawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk di isi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

2. Karakteristik Bank Syariah

Prinsip syariah Islam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta harus dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama kegiatan investasi yang merupakan landasan aktifitas ekonomi dalam masyarakat.

Bank syariah ialah bank yang berasaskan, antara lain, pada asas kemitraan, keadilan transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan

⁴¹ *Ibid.* h. 2

implementasi dari prinsip ekonomi islam dengan karakteristik, antara lain, sebagai berikut:⁴²

- a. Pelarangan riba dalam segala bentuk
- b. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*)
- c. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas
- d. Tidak di perkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif
- e. Tidak di perkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang.
- f. Tidak di perkenankan menggunakan dua harga dalam satu akad.

3. Prinsip – prinsip operasional Bank Syariah.⁴³

- a. Prinsip Simpanan Murni (*al-Wadiah*)
- b. Bagi Hasil (*Syirkah*)
- c. Prinsip Jual Beli (*at-Tijatah*)
- d. Prinsip Sewa (*al-Ijarah*)
- e. Prinsip Fee / Jasa (*al-Ajr walumullah*)

4. Sumber-sumber Dana Bank Syariah

- a. Modal Inti

Modal inti adalah dana modal sendiri yaitu dana yang berasal dari pada pemegang saham bank, yakni pemilik bank. Pada umumnya dana modal inti terdiri dari: Modal yang disetor oleh pada pemegang saham.

⁴² *Ibid.* h. 5

⁴³ *Ibid.* h. 27-28

- b. Cadangan
- c. Laba ditahan
- d. Kuasi Ekuitas (*Mudharabah Account*)

Bank menghimpun dana berbagi hasil atas dasar prinsip *mudharabah*, yaitu akad kerjasama antara pemilik dana dengan pengusaha untuk melakukan suatu usaha bersama, dan pemilik dana tidak boleh mencampuri pengelolaan bisnis sehari-hari.

- e. Titipan

Dana titipan adalah dana pihak ketiga yang di titipkan pada bank, yang umumnya berupa giro atau tabungan.⁴⁴

5. Produk Bank Syariah

Secara umum produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk-produk bank syariah munculkarena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank syariah. Dalam menjalankan operasinya bank syariah memiliki empat fungsi sebagai berikut: sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi atau deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank, sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki pemilik dana/*shahibul mal* sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana, sebagai penyedia jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sebagai pengelola fungsi sosial.

⁴⁴ *Ibid.* h. 117-119

Dari keempat fungsi operasional tersebut kemudian diturunkan menjadi produk-produk bank syariah, yang secara garis besar dapat dikelompokkan kedalam produk pendanaan, produk pembiayaan, produk jasa perbankan dan produk kegiatan sosial.⁴⁵ Berikut ini yang ditawarkan oleh bank syariah adalah sebagai berikut:

a. *Al- wadiah* (Simpanan)

Al- wadiah adalah akad penitipan barang/uang antara pihak yang mempunyai barang/uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamana, serta keutuhan barang/uang. Berdasarkan jenisnya, *wadi'ah* terdiri dari *wadi'ah yad amanah*, yaitu: akad penitipan barang/uang ketika pihak penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan. Dan *wadi'ah yad dhamanah*, yaitu: akad penitipan barang/uang ketika pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang yang dititipkan, dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang/uang titipan. Semua manfaat atau keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang/uang tersebut menjadi hak penerima titipan. Aplikasi *wadiah* terdapat dalam fatwa

⁴⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta, Rajawali Pers:2013), h. 112

DSN-MUI No. 36/DSN-MUI/X/2002 tentang Sertifikat Wadiah Bank Indonesia.⁴⁶

b. Pembiayaan dengan Bagi Hasil

Prinsip bagi hasil dalam bank syariah yang diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dengan empat akad utama, yaitu:

- 1) *Al- Mudharabah* yaitu akad antara pihak pemilik modal (*shahibul mal*) dengan pengelola (*mudharib*) untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan. Pendapatan atau keuntungan tersebut dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati pada awal akad.⁴⁷

Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada *madhrib*, *mudharabah* di bagi menjadi *mudharabah mutlaqah* yaitu akad *mudharabah* ketika kepada *mudharib* diberikan kekuasaan penuh untuk mengelola modal. *Mudhrib* tidak dibatasi baik mengenai tempat, tujuan, maupun jenis usahanya. Dan *mudharabah muqqayadah* yaitu akad *mudharabah* ketika *shahibul mal* menetapkan syarat tertentu yang harus dipatuhi *mudhrib*, baik mengenai tempat, tujuan, maupun jenis usahanya. Dalam system ini *mudhrib* tidak diperkenankan untuk mencampurkan dengan modal atau dana lain. Pembiayaan *mudharabah muqqayadah* antara lain digunakan untuk infestasi khusus dan reksadana.

⁴⁶ Bachrahi Alma,” *Dasar-dasar Etika Bisbis Islam*”.(Bandung: CV. Alfabeta, 2003), h.85

⁴⁷ *Op-Cit.* h.113

Dalam dunia perbankan *al- mudharabah* biasanya diaplikasikan dalam produk pembiayaan modal kerja. Dana untuk kegiatan mudharabah diambil dari simpanan tabungan berjangka seperti tabungan haji atau tabungan kurban. Dan juga dapat dilakukan dengan deposito.

- 2) *Al- Musyarakah* yaitu akad kerja sama usaha patungan antara dua pihak atau lebih pemilik modal untuk membiayai suatu jenis usaha yang halal dan produktif. Pendapatan atau keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

Al-Musyarakah dalam praktik perbankan diaplikasikan dalam hal pembiayaan proyek. Dalam hal ini nasabah yang dibiayai dengan bank sama-sama menyediakan dana untuk melaksanakan proyek tersebut. Keuntungan dari proyek dibagi sesuai dengan kesepakatan untuk bank setelah terlebih dahulu mengembalikan dana yang dipakai nasabah.⁴⁸

- 3) *Al- MUSAQAH* merupakan bagian dari *al- muzara'ah* yaitu penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan dengan penggunaan dana dan peralatan mereka sendiri. Imbalan tetap diperoleh dari persentase hasil panen pertanian. Jadi tetap dalam konteks adalah kerja sama dalam pengelolaan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap.
- 4) *Al- Muzara'ah* adalah kerja sama pengelolaan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap. Pemilik lahan menyediakan lahan kepada

⁴⁸ *Ibid.* h.113

penggarap untuk ditanami produk pertanian dengan imbalan bagian tertentu dari hasil panen. Dalam dunia perbankan kasus ini diaplikasikan untuk pembiayaan bidang perkebunan atas dasar bagi hasil panen.

c. *Bai' Al- Murabahah*

Bai' Al-Murabahah yaitu akad jual beli antara bank dengan nasabah. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjual kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Dalam dunia perbankan kegiatan *murabahah* pada pembiayaan produk barang-barang investasi baik dalam negeri maupun luar negeri seperti *letter of credit (L/C)*.

d. *Bai' As-Salam*

Bai' As-Salam yaitu akad jual beli barang pesanan (*muslam fihi*) antara pembeli (*muslam*) dan penjual (*muslam ilaih*). Spesifikasi dan harga barang pesanan disepakati pada awal akad, dan pembayaran dilakukan dimuka secara penuh. Apabila bank bertindak sebagai muslim kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang (*muslam fihi*), maka hal ini disebut *salam paralel*.⁴⁹

e. *Bai' Al-Istishna'*

Bai' Al-Istishna yaitu akad jual beli barang (*mashnu'*) antara pemesan (*mustashni'*) dengan penerima pesanan (*shani'*). Spesifikasi dan harga barang pesanan disepakati pada awal akad dengan pembayaran dilakukan secara

⁴⁹*Ibid.* h. 114

bertahap sesuai kesepakatan. Apabila bank bertindak sebagai *shani'* kemudian menunjuk pihak lain untuk membuat barang (*mashnu'*), maka hal ini disebut *istishna paralel*.

f. *Al-Ijarah (leasing)*

Al-Ijarah akad sewa menyewa barang antara bank (*muajir*) dengan penyewa (*mustajir*). Setelah masa sewa berakhir, barang sewa dikembalikan kepada *muajir*. Dalam praktiknya kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan leasing, baik untuk kegiatan *operating lease* maupun *financial lease*.

g. *Al-Kafalah (garansi)*

Al-Kafalah yaitu akat pemberian jaminan (*makful'alaih*) yang diberikan satu pihak kepada pihak lain ketika member jaminan (*kafil*) bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu utang yang menjadi hak penerima jaminan (*makful*).⁵⁰ Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

h. *Al-Wakalah (amanat)*

Al-Wakalah yaitu akad pemberian kuasa dari pemberi kuasa (*muwakkil*) kepada penerima kuasa (*wakil*) untuk melaksanakan suatu tugas (*taufikil*) atas nama pemberi kuasa. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

⁵⁰ *Ibid.* h. 114

i. *Al-Hiwalah*

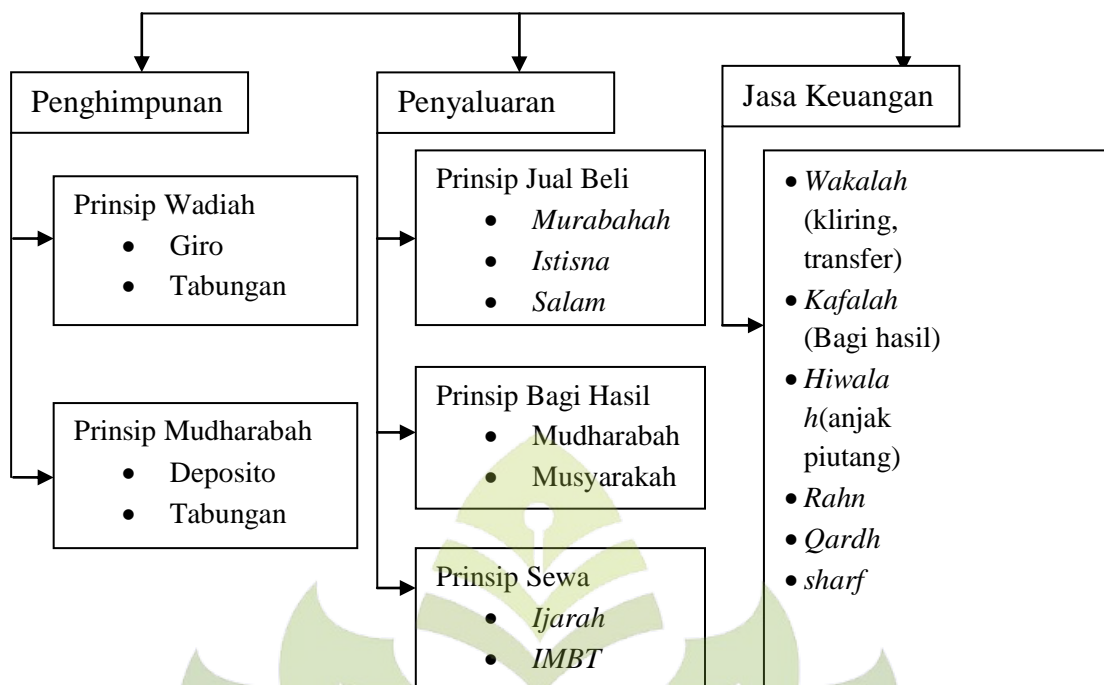
Al-Hiwalah yaitu akan pemindahan piutang nasabah (*muhil*) kepada bank (*muhal'alaih*) dari nasabah lain (*muhal*). *Muhil* meminta *muhal'alaih* untuk membayarkan terlebih dahulu piutang yang timbul dari jual beli. Pada saat piutang tersebut jatuh tempo *muhal* akan membayar kepada *muhal'alaih*. *Muhal'alaih* memperoleh imbalan sebagai jasa pemindahan. Dalam dunia perbankan di kenal dengan anjak piutang atau *factoring*.

j. *Ar-Rahn*

Ar-Rahn yaitu akad penyerahan barang/harta (*marhun*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh utang. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.

Seperti yang dikemukakan oleh Osmat Muthaher tentang prosuk dan jasa bank syariah dalam bentuk skema sebagai berikut:⁵¹

⁵¹ Osman Muthahar, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012), h. 19



Gambar 3
Produk dan Jasa Bank Syariah

D. Minat

1. Pengertian Minat

Tiap individu mempunyai kecenderungan fundamental untuk berhubungan dengan sesuatu yang berada dalam lingkungannya, jika sesuatu itu memberikan kesenangan pada dirinya kemungkinan ia akan berminat terhadap sesuatu itu.

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecendrungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental

yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan harapan, pendirian, prasangka atau kecendrungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁵²

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecendrungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengikat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.⁵³

Minat muncul apabila individu tertarik pada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya atau merasa bahwa sesuatu yang akan dipelajari dirasakan berarti bagi dirinya. Kebutuhan disini yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri, kebutuhan kognitif, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan keamanan dan kebutuhan fisiologi.⁵⁴

Minat menurut Winklenl adalah kecendrungan yang menetap dan subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung

⁵² Andi Mappiare,” *Psikologi Remaja*”, (Surabaya: Usaha Nasional, 2008), h. 62

⁵³ Sukanto M.M., “*Nafsiologi*”, (Jakarta: Integritas Press, 2005),h. 120

⁵⁴ Nigel C. Benson dan Simon Grove, *Mengenal Psikologi For Beginners*,(Bandung: Mizan, 2000),h. 110

dalam hal itu.⁵⁵ Sedangkan produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.⁵⁶

Minat menurut Slameto adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh.⁵⁷

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu kecendrungan yang erat kaitannya dengan presaan terutama perasaan senang (positif) terhadap sesuatu yang dianggapnya berharga atau sesuai kebutuhan dan member kepuasan kepadanya. Sesuatu itu dapat berupa aktifitas, orang, pengalaman, atau benda yang dapat dijadikan sebagai stimuli atau rangsangan yang memerlukan respon terarah. Apabila sesuatu itu dianggapnya sesuai dengan kebutuhan atau menyenangkan baginya maka sesuatu itu akan dilaksanakan. Namun sebaliknya, apabila sesuatu itu tidak menyenangkan maka sesuatu itu akan ditinggalkannya.

2. Unsur-unsur Minat

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdurrahman Abror dalam bukunya Psikologi Pendidikan bahawa minat itu mengandung tiga unsur, yaitu:

- a. Unsur kognisi (mengenal) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut.

⁵⁵ Ws. Winkel, *Psikologi Pengajaran*, (Yogyakarta: Media Abadi, 2012), h. 212

⁵⁶ Philip Kolter dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit*, h. 62-63

⁵⁷ Slameto, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 136

- b. Unsur emosi (perasaan) karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang).
- c. Unsur konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari dua unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.⁵⁸

Dengan unsur-unsur yang dikandung oleh minat tersebut maka minat dapat di anggap sebagai respon sadar, sebab kalau tidak demikian maka minat tidak akan berarti apa-apa.

3. Penentuan Minat

Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, baik berasal dari individu itu sendiri maupun dari lingkungan masyarakat, yaitu:⁵⁹

- a. faktor dorongan dari dalam
- b. faktor motif sosial
- c. faktor emosional atau perasaan.

4. faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain:⁶⁰

⁵⁸ Abdurrahman Abror, " *Psikologi Pendidikan*", (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 2008), h.112

⁵⁹ *Ibid.* h. 114

⁶⁰ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, " *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*", (Jakarta: Kencana, 2004), h. 264

a. Dorongan dari dalam individu

Misal dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

b. Motif sosial

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas tertentu.

c. Faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

5. Indikator Minat

Setiap individu memiliki perbedaan dalam beberapa hal, misalnya saja pada minatnya. Perbedaan itu dapat diketahui melalui gejala-gejala yang ditampakan oleh individu itu sendiri.

Seorang siswa yang sedang belajar di sekolah, minatnya akan dapat diketahui oleh guru yang mengajarnya melalui indikator minat diantaranya:

a. Adanya perhatian dan kesadaran terhadap suatu benda atau objek.

Apabila kita mencurahkan perhatian pada suatu benda atau objek, maka kita akan menyadari benda itu sepenuhnya. Artinya pada saat itu hanya

benda itulah yang paling kita sadari, sedang benda-benda lain disekitarnya memang sedikit banyak masih kita sadari, meskipun tingkatan derajatnya tidak sama.⁶¹

b. Adanya perasaan (biasanya perasaan senang)

Perasaan berkaitan erat dengan pengenalan, dialami oleh setiap individu dengan rasa suka atau tidak suka, duka atau gembira dalam bermacam gradasi atau derajat tingkatan.⁶² Perasaan yang merupakan indikator minat yang menunjang belajar adalah perasaan senang, suka, gembira ketika individu melakukan proses pengenalan terhadap objek yang dituju.

c. Adanya dorongan (*Motivating Force*)

Dorongan untuk belajar yang timbul pada diri individu siswa akan berperan sebagai "*Motivating Force*" yaitu sebagai kekuatan yang akan mendorong siswa untuk tekun belajar.

d. Adanya sikap

Setiap individu dapat mencerminkan seorang siswa apakah ia berminat pada mata pelajaran yang sedang diajarkan oleh guru bidang studi tertentu atau ia kurang berminat bahkan tidak berminat. Oleh sebab itu tidaklah mengherankan apabila kualitas sikap dari segi intensitasnya berbeda-beda, karena daya atau kekuatan stimulasi atau keadaan fisik serta jiwa (emosi dan motivasi) individu tidak sama.

⁶¹ M. Alisuf Sobri, *Pengantar Psikologi Umum dan Perkembangan*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 2009), h. 43

⁶² *Op-cit*, Kartini Kartono, h. 129

E. Konsumen

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan rindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.⁶³

Dalam membangun suatu teori perilaku konsumen dalam kaitannya dengan perilaku konsumen untuk memaksimalkan kepuasan, digunakan empat prinsip rasional, yaitu:⁶⁴

a. Kelengkapan

Prinsip ini mengatakan bahwa individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya di antara dua keadaan. Konsumen dapat membandingkan dan menilai semua produk yang ada. Bila A dan B adalah dua keadaan produk yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu di antara kemungkinannya yang ada.

b. Transitivitas

Prinsip ini menerangkan mengenai konsistensi seorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika keadaan individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai dari pada produk B” dan “produk B lebih disukai dari pada Produk

⁶³ A.A Anwar Prabu Mangkunegara, “*Perilaku Konsumen Edisi Revisi*”,(Bandung:PT: Refika Aditama,2002), h. 4

⁶⁴ Adiwarman A. Karim, “*Ekonomi Mikro Islam*”,(Jakarta:IIIT-Indonesia, 2002), h. 30

C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai dari pada produk C”. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seseorang individu akan selalu konsisten dengan pilihannya atas suatu produk.

c. Kesenambungan

Prinsip ini menjelaskan bahwa seorang individu mengatakan “produk A lebih di sukai dari pada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai dari pada produk B.

d. Lebih Banyak Lebih Baik

Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengkonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dari situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan di pengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler terdiri dari:⁶⁵

- a. Faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub

⁶⁵ Kotler dan Amstrong, “*Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*”, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 46

budaya, kelas sosial. Dari budaya atau kebiasaan seseorang dapat menjadikan salah satu faktor yang mendorong pembentukan minat dalam diri mereka. Contohnya dalam kelas sosial, mereka hidup dalam lingkungan yang sebagian besar masyarakat disana menggunakan produk A, maka akan terbentuk juga minat untuk menggunakan produk yang sama.

- b. Faktor sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.
- c. Faktor pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari usia, dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- d. Faktor psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

3. Proses keputusan konsumen

Dalam pengambilan keputusan konsumen mempunyai proses yang dapat dilihat dari tahap-tahap sebagai berikut:⁶⁶

- a. Menggali kebutuhan

Proses membeli atau mengkonsumsi dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Setiap konsumen memiliki masalah dan kebutuhan

⁶⁶ Kotler, "Pemasaran di Indonesia: analisa Perencanaan Implemetasi dan Pengendalian", (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 204

yang berbeda-beda sehingga membuat hal tersebut dapat membedakan pengambilan keputusan pada setiap konsumen.

b. Pencarian informasi

Setelah mengenal kebutuhan yang dihadapinya, konsumen akan mencari informasi lebih lanjut atau mungkin tidak, pencarian informasi lebih lanjut berguna untuk konsumen mengetahui produk yang akan di pakai. Informasi dapat diketahui lewat media cetak maupun *online* karena pada saat ini teknologi sudah semakin berkembang sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi suatu produk yang sesuai kebutuhan.

c. Evaluasi alternatif

Setelah melalui tahap informasi, konsumen akan menghadapi sejumlah merek yang dapat dipilih. Pemilihan alternatif ini mulai dari suatu proses evaluasi tertentu.⁶⁷

d. Keputusan pembelian

Ini adalah tahap akhir, dalam pengambilan keputusan konsumen membentuk pilihan mereka diantara merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk suatu pilihan untuk membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya.

e. Perilaku paska pembelian

Setelah memakai produk atau jasa, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Tingkat pemasar belum selesai

⁶⁷ *Ibid.* h. 204

setelah produk di beli atau jasa digunakan oleh konsumen, namun akan berlangsung hingga periode waktu paska pembelian. Setelah melakukan pemakaian produk atau jasa kinsmen akan menilai apakah produk tersebut memuaskan kebutuhan dengan baik atau tidak, jika konsumen merasa terpuaskan maka kemungkinan besar konsumen akan memakai kembali produk yang telah ia pilih, namun jika konsumen tidak merasa terpuaskan besar kemungkinan untuk konsumen berpindah kepada produk lain yang dianggap lebih memenuhi kebutuhannya.

4. Faktor-faktor yang mepengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Rambat Lapiyoadi dalam menentukan kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:⁶⁸

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cendrung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

⁶⁸ Rambat Lapiyoadi, " *Manajemen Pemasaran Jasa* ", (Jakrta: Salemba Empat, 2007), h. 158

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

5. Ciri-ciri Konsumen

Ada dua wujud konsumen:⁶⁹

- a. *Personal Consumer*: konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk penggunaannya sendiri
- b. *Organizational Consumer*: konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menjalankan organisasi tersebut.

E. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Dalam penelitian ini, indikator-indikator variabel tersebut antara lain sebagai berikut:

⁶⁹ *Ibid.* h. 207

Tabel 1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah (X)	pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (sensori stimuli). (Jalaludun Rakhmat. 2007)	Sudut pandang, pengalaman, pengetahuan, penafsiran	<i>Likert</i>
Pengetahuan tentang Perbankan Syariah (X1)	Pengetahuan ialah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil daripada: kenal, sadar, insaf, mengerti dan pandai. (salam, 2008)	Kenal, mengerti, pandai	<i>Likert</i>
Kepercayaan terhadap Perbankan Syariah (X2)	Bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek. (Gunawan, 2013)	Sikap, keyakinan, rasa suka	<i>Likert</i>

Produk dan Layanan Perbankan Syariah (X3)	Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran (Philip korter & Kevin Lane Keller, 2008) Layanan adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. (KBBI, 2006)	Barang, jasa	<i>Likert</i>
Minat Memilih Produk (Y)	Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. (Slameto, 2002)	Kecendrungan, keinginan, tertarik, senang	<i>Likert</i>

F. Studi Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh AtinYulaifah, dengan judul “*Pengaruh Budaya Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara variable Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. Bila dibandingkan dengan ketiga variabel lainnya yaitu Budaya, Sosial, Pribadi. Variabel psikologi memiliki

pengaruh yang paling dominan dengan angka 0,002 untuk nilai sig dan 0'315 untuk nilai Regresi.⁷⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Asyraf Wajdi Dususuki dan Nurdiawati ini terdapat tiga faktor yang mempengaruhi masyarakat Malaysian memilih bank syariah. Tiga faktor tersebut adalah : (1) Reputasi dan pelayanan, (2) *Conviernce* / harga produk dan (3) tanggung jawab sosial dari bank syariah tersebut.⁷¹

Penelitian yang dilakukan oleh Ricardo Baba dan Ricy Lang dengan judul “*Perceptions Of Non Muslims Towards Islamic Banking*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa non-Muslim di Kuching berpengalaman dengan perbankan syariah. Ia juga mengungkapkan bahwa non-Muslim bersedia untuk membangun hubungan dengan bank syariah, dan mereka percaya bank syariah menawarkan produk dan layanan berkualitas. Non muslim juga yakin bahwa bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional.⁷²

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Ariani dengan judul “ Persepsi Masyarakat Umum terhadap Bank Syariah di Medan”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan variabel pendidikan, usia dan pelayanan dengan persepsi masyarakat umum terhadap Bank Syariah di Medan. Dari ketiga variabel bebas, terlihat bahwa variabel pelayanan merupakan variabel utama yang

⁷⁰ AtinYulaifah, “*Pengaruh Budaya Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*”, (Skripsi UIN Jakarta) Jurnal uinjkt.ac.id, Diakses 02-10-2018

⁷¹ Asyraf Wajdi Dususuki dan Nurdiawati Irwani Abdullah , “*Why do Malaysian Costumers Islamic Bank*”, Jurnal Internasional Pemasaran Bank 25 (3), Diakses tanggal 02-10-2018

⁷² Ricardo Baba and Ricy Lang, “*Perceptions Of Non Muslims Towards Islamic Banking*”, *Journal Of The Institute Bankers Malaysia*, No . 1 (Juni, 2012) , h. 12

berberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil persepsi masyarakat umum terhadap Bank Syariah di Medan.⁷³

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitin Rahman Rahman Yulianti, menjelaskan bahwa masih kurangnya minat masyarakat Aceh untuk menggunakan produk, padahal masyarakat Aceh pada umumnya telah menjalani kehidupan syariah Islam secara khaffah. Ini merupakan tantangan besar bagi perbankan syariah untuk mensosialisasikan produk perbankan syariah kepada masyarakat.⁷⁴



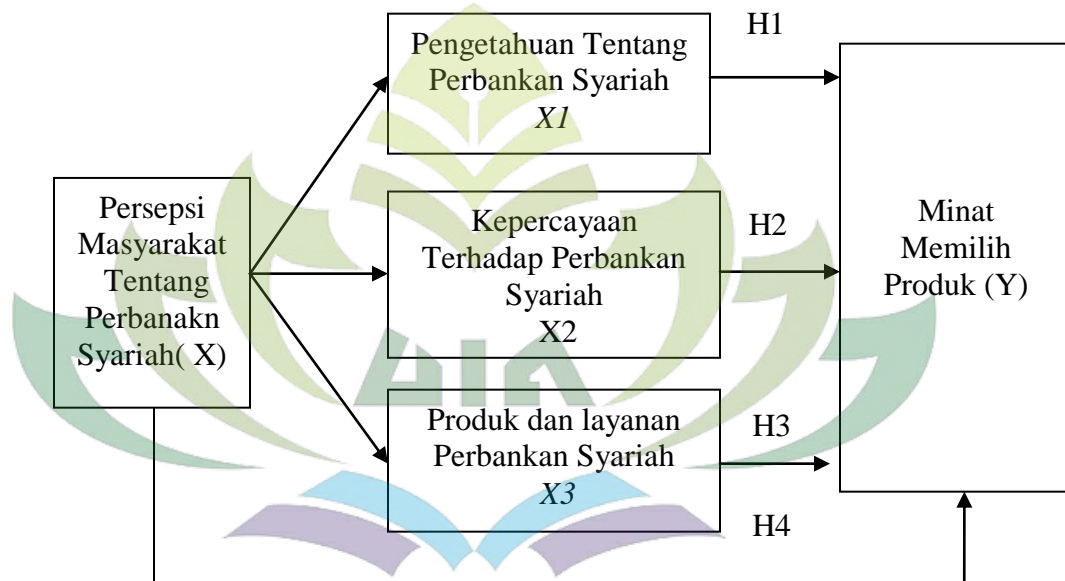
⁷³ Dian Ariani, “Persepsi Masyarakat Umum terhadap Bank Syariah di Medan, Tesis,” (Medan : Universitas Sumatera Utara, 2007) Diakses pada 02-10-2018

⁷⁴ Rahman Yulianti, “Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah”, (Skrispi Universitas Serambi Mekkah, 2015), Jurnal Unsyiah.ac.id, Diakses tanggal 02-10-2018

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁷⁵

Bagan Kerangka Pikir



Gambar 4
Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan:

X = Variabel Independen

X1, X2, X3 = Variabel Independen

H1 = Pengaruh (X1) Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah terhadap minat memilih produk (Y)

⁷⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta: 2010), h. 88

- H2 = Pengaruh (X2) Kepercayaan Terhadap Perbankan Syariah terhadap minat memilih produk (Y)
- H3 = Pengaruh (X3) Produk dan layanan Perbankan syariah terhadap minat memilih produk (Y)
- H4 = Ada pengaruh positif dan signifikan antara Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah, Kepercayaan Terhadap Perbankan Syariah, Produk dan layanan Perbankan syariah terhadap minat memilih produk.

H. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.⁷⁶

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Pengetahuan adalah hasil pengindraan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap suatu objek dari indera yang dimilikinya.⁷⁷

Berdasarkan definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa minat memilih produk Bank Syariah Di pengaruhi oleh pengetahuan dikarenakan dari pengetahuan mereka bisa mengetahui perbankan syariah dan apa saja produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah

⁷⁶ Sugiono, "Metode Penelitian Bisnis", (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 221

⁷⁷ Soekidjo Notoadmojo, "Metodologi Penelitian Kesehatan", (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012),

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah menunjukkan bahwa pengetahuan definisi, pengetahuan lokasi, pengetahuan prinsip, pengetahuan produk secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen yaitu minat warga untuk memilih Bank Muamalat.⁷⁸

H_{05} = semua variabel independen tidak berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen yaitu minat warga memilih produk Bank Syariah.

H_{a5} = semua variabel independen berpengaruh secara nyata terhadap variabel dependen yaitu minat warga memilih produk Bank Syariah.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Menurut Suwarman kepercayaan adalah bahwa kekuatan suatu produk memiliki atribut tertentu. Mowen dan Minor mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya.⁷⁹

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap

⁷⁸ Kautsar Audytra Muhammad, "Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah". (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), h. 78

⁷⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, "Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian", (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013), h. 201

minat menabung di Bank Syariah karena nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$.⁸⁰

H_0 = Kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah

H_1 = Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah

3. Pengaruh Produk dan Layanan Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kegiatan atau kebutuhan.⁸¹ Layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁸²

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah menunjukkan bahwa produk dan layanan berpengaruh positif tetapi tidak

⁸⁰ Dwi Ana Ratna Utami, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". (Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suna Kalijaga, Yogyakarta, 2017), h. 29

⁸¹ Kotler dan Armstrong, "Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2", (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 448

⁸² *Ibid.* h. 387

signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah karena nilai signifikan hitung sebesar $0,112 > 0,05$.⁸³

H_0 = Produk dan Layanan tidak berpengaruh positif terhadap minat memilih produk Bank Syariah

H_1 = Produk dan Layanan berpengaruh positif terhadap minat memilih produk Bank Syariah



⁸³ Dwi Ana Ratna Utami, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". (Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suna Kalijaga, Jogjakarta, 2017), h. 29

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif atau penelitian survey yaitu penelitian yang menggunakan penelitian kuisioner sebagai instrument penelitian.⁸⁴ Penelitian ini akan meneliti tentang data kajian yang bersifat numerik/angka yang nantinya akan menghasilkan interpretasi data.

B. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung, berjumlah 100 responden. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Desember 2018.

C. Sumber dan Karakteristik Data Penelitian

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang penulis peroleh dari kuisioner yang sudah disebar dikecamatan Kemiling. dan juga data sekunder yang diperoleh dari buku, dokumen, majalah, internet yang dapat mendukung penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti dan juga untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

⁸⁴ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2006) h. 49

D. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁵ Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Kemiling yang berjumlah 60350 jiwa.

2. Sample

Sempel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang diperoleh oleh populasi tersebut.⁸⁶ Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* ialah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu.⁸⁷ Penggunaan sample pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Adapun penelitian ini menggunakan teknik Slovin karena rumus ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sample besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sample yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi.

⁸⁵ Sugiono, *Op.Cit*, h. 115

⁸⁶ *Ibid.*, h. 115

⁸⁷ *Ibid*, h. 122

Rumus Slovin untuk menentukan sample adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$= \frac{60350}{1 + 60350 (10\%)^2}$$

$$= \frac{60350}{1 + 60350 (0,01\%)^2}$$

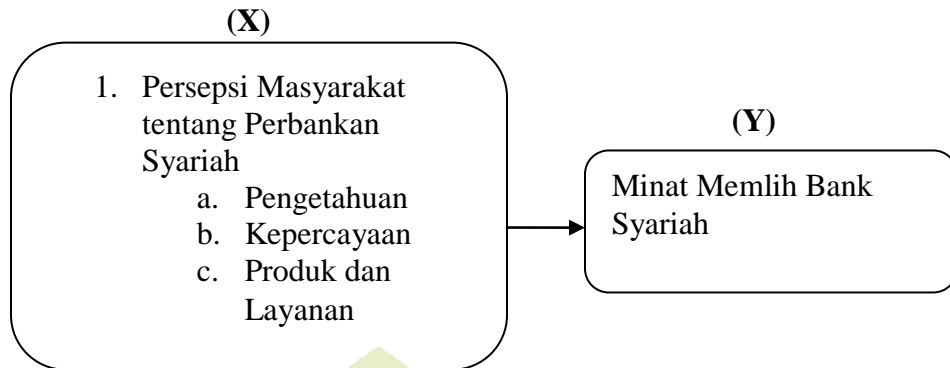
$$= \frac{60350}{1 + 60350 (0,01\%)}$$

$$= \frac{60350}{1 + 606}$$

$$= \frac{60350}{607}$$

= 99.42 dibulatkan menjadi 100

E. Variabel dan Operasional Variable



Gambar 5
Variabel dan Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau yang mengetahui variabel dependen (variabel terikat), variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi, pengetahuan, kepercayaan, produk dan layanan bank syariah.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat menggunakan produk bank syariah.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya⁸⁸. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai definisi, persepsi masyarakat, produk bank syariah dan prinsip bank syariah.. Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden.

Kuesioner ini menggunakan skala Likert pada setiap indikator yang pertanyakan. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala. Pengukuran data dalam hal ini menggunakan 5 tingkat (skala likert) yang terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Kelima penilaian ini diberi bobot sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1
- b. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
- c. Jawaban Netral (N) diberi bobot 3
- d. Jawaban Setuju (S) diberi bobot 4
- e. Jawaban Setuju Sekali (SS) diberi bobot 5

⁸⁸ Sugiono, *Op.Cit*,h. 199

2. Dokumentasi

Yaitu sumber teknik pengumpulan data dimana penulis untuk melakukan penelitian terhadap beberapa literatur yang ada kaitannya dengan penulisan skripsi ini. Literatur ini berupa buku-buku, situs-situs internet, skripsi-skripsi terdahulu, dan lain sebagainya. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan studi kepustakaan ini adalah dengan cara membaca, mengutip atau menganalisa dan merangkum hal-hal yang diperlukan.

G. Instrumen Penelitian

Hal yang harus dilakukan dalam menganalisis data penelitian adalah uji validitas dan uji reabilitas. Uji ini digunakan untuk menguji kuesioner yang digunakan terhadap responden apakah kuesioner yang digunakan valid atau tidak dan apakah kuesioner reliabel atau tidak.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat.⁸⁹

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap skor butir pertanyaan atau indikator terhadap skor totalnya. Yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom*

⁸⁹ R. Gunawan Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2013), h. 55

(df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dalam penelitian. Untuk mengetahui apakah variabel yang di uji valid atau tidak, hasil korelasi dengan angka kritik tabel korelasi dengan taraf signifikan 5%. Jika r hitung $> r$ -tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika nilai r hitung $< r$ -tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas menggambarkan pada kemantapan dan keajegan alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas atau keajegan yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil (ajeg) sehingga dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat digunakan untuk meramalkan (*predictability*). Dengan demikian, alat ukur tersebut akan memberikan hasil pengukuran yang tidak berubah-ubah dan akan memberikan hasil yang serupa apabila digunakan berkali-kali. Suatu instrument penelitian atau alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau baik apabila instrumen penelitian atau alat ukur tersebut selalu memberikan hasil yang sama ketika digunakan berkali-kali, baik oleh peneliti yang sama maupun oleh peneliti yang lain. Oleh karna itu, pengujian reabilitas instrument penelitian atau angket dimaksudkan untuk mengetahui

tingkat konsistensi atau keajegan hasil yang diperoleh dari penggunaan instrument atau alat ukur tersebut.⁹⁰

Pengukuran reabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis program SPSS versi 16,0 yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

H. Teknik Analisis Data

Teknik yang akan digunakan dalam menganalisis data penelitian ini adalah dengan metode analisis kuantitatif yang menggunakan program SPSS antara lain:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Pembahasan yang berhubungan dengan normalitas antara lain berupa; kurva normal dan juga pengujian normalitas itu sendiri. Pembahasan yang berhubungan dengan kurva normal akan diarahkan pada dua hal pokok yang berupa *skewness* dan *kurtosis*. Kedua hal tersebut merupakan statistik yang digunakan untuk menghitung dua aspek yang berkaitan dengan normalitas data. *Skewness* mengukur tentang sejauh mana kemencengan kurva tersebut dari kurva simetrik normal sedangkan *kurtosis* mengukur tentang kecuraman atau keruncingan kurva tersebut atas simetrik normal standar.

⁹⁰ *Ibid.*, h. 81

Salah satu uji persyaratan yang harus dipenuhi dalam penggunaan analisis parametrik yaitu uji normalitas data populasi.⁹¹

b. Uji Multikolonieritas

Uji asumsi tentang multikolonieritas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (*independen*) satu dengan variabel bebas (*independen*) lainnya. Frisch dalam Gujarati dan Zein, menyatakan bahwa istilah multikolonieritas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Dalam analisis regresi ganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga akan mempengaruhi variabel tergantungnya. Pendugaan tersebut akan dapat dipertanggung jawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linear (*multikolonieritas*) di antara variabel-variabel independen.⁹²

c. Uji Heteroskedastisitas

Analisis regresi linear ganda diperoleh dengan salah satu asumsi bahwa variabel pengganggu (*error*) atau ϵ , di asumsikan memiliki varian yang konstan (rentangan ϵ kurang lebih sama). Jika ternyata varian dari ϵ tidak konstan misalnya membesar atau mengecil pada nilai X yang lebih tinggi, maka kondisi tersebut dikatakan tidak

⁹¹ *Ibid.*, h. 100

⁹² *Ibid.*, h 224

homoskedastik atau mengalami heteroskedastisitas. Uji asumsi heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan.⁹³

2. Analisa Regresi Berganda

Analisa regresi digunakan untuk memprediksi apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dan diuji hanya menggunakan satu variabel bebas. Dengan rumus sebagai berikut:⁹⁴

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah (Variabel Dependent)

X₁ = Referensi

X₂ = Pelayanan

a = Konstanta Regresi

b = Koefisien Regresi

e = Standar Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Merupakan keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dan independen bersifat *linier* (garis lurus). Hal ini dilakukan sebagai

⁹³ *Ibid.*, h. 240

⁹⁴ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), h. 168

syarat dilakukannya uji pengaruh. Artinya, jika hubungan kedua variabel linier maka uji pengaruh dapat dilakukan dan sebaliknya jika hubungan tidak linier, maka uji pengaruh tidak dapat dilakukan.

Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P value*) > alpha 0,05 = tidak signifikan (menerima H_0), artinya variabel independen tidak linier terhadap variabel dependen. Jika probabilitas < 0,05 = signifikan (menolak H_0), artinya variabel independen linier terhadap variabel dependen.

Pengujian terhadap ketergantungan linier berganda, dilakukan dengan pengujian hipotesis dimana rumus yang digunakan:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel *independent* secara individu terhadap variabel *dependent*, dengan menganggap variabel independen lainnya konstan.⁹⁵

Apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

c. Uji Determinasi (Uji R^2)

Pengukuran kolerasi (r) berguna untuk mengukur kekuatan (*strength*) dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih.

Kemungkinan hubungan antara dua variabel sebagai berikut:⁹⁶

- 1) Kedua variabel tidak terdapat hubungan (nilai $r=0$)
- 2) Hubungan kedua variabel cukup kuat (nilai $r=\pm 0,5$)
- 3) Hubungan kedua variabel kuat (nilai $r=\pm 0,75$)
- 4) Hubungan antara kedua variabel sangat kuat (nilai $r=1$)

⁹⁵ *Ibid.*, h. 117

⁹⁶ Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 34

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Kecamatan Kemiling merupakan pemekaran dari Kecamatan induk yaitu Kecamatan Tanjung Karang Barat berdasarkan Peraturan Daerah Nomor : 04 tahun 2001 tanggal 03 Oktober 2001, tentang Penggabungan, Penghapusan, dan Pemekaran Kecamatan dalam Kota Bandar Lampung.⁹⁷

Dari pemekaran Kecamatan 6 (Enam) Kelurahan Kecamatan Tanjung Karang Barat, 3 (Tiga) Kelurahan masuk Kecamatan Kemiling dan Kelurahan induk 3 (Tiga) Kelurahan antara lain :⁹⁸

1. Kelurahan Sumberejo
2. Kelurahan Beringin raya
3. Kelurahan Langkapura

Dari 3 (Tiga) Kelurahan Induk tersebut dilakukan pemekaran dengan rincian sebagai berikut :⁹⁹

1. Kelurahan Sumberejo di mekarkan menjadi 2 (Dua) Kelurahan yaitu :
 - a. Kelurahan Sumberjoqa
 - b. Kelurahan Kemiling Permai

⁹⁷ Data Kecamatan Kemiling Bandar Lampung (Kemiling, 2017),h. 1

⁹⁸ *Ibid.*, h. 1

⁹⁹ *Ibid.*, h. 1

2. Kelurahan Beringin Raya dimekarkan menjadi 4 (Empat) Kelurahan yaitu

,¹⁰⁰

- a. Kelurahan Beringin Raya
- b. Kelurahan Pinang Jaya
- c. Kelurahan Sumber Agung
- d. Kelurahan Kedaung

Pada Tahun 2012 Sesuai Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2012 pemekaran Kecamatan dan Kelurahan se-Kota Bandar Lampung dibentuk, seperti yang ditetapkan Kelurahan Langkapura dimekarkan menjadi Kecamatan Langkapura dan terpisah dari Kecamatan Kemiling, sedangkan Kecamatan Kemiling sendiri 3 (Tiga) Kelurahan yang dimekarkan yaitu :Beringin Raya, Kelurahan Sumberrejo dan Kelurahan Kemiling Permai, di mekarkan menjadi 3 kelurahan :¹⁰¹

1. Kelurahan Beringin Raya dimekarkan menjadi 1 (satu) Kelurahan yaitu :
 - Kelurahan Beringin Jaya
2. Kelurahan Sumberrejo dimekarkan menjadi 1 (satu) Kelurahan yaitu :
 - Kelurahan Sumberrejo Sejahtera
3. Kelurahan Kemiling Permai dimekarkan menjadi 1 (Kelurahan Yaitu :
 - Kelurahan Kemiling Raya

¹⁰⁰ *Ibid.*, h. 2

¹⁰¹ *Ibid.*, h. 2

Saat ini wilayah administrasi Kecamatan Kemiling menjadi 9 (Sembilan) Kelurahan yaitu :¹⁰²

1. Kelurahan Beringin Raya
2. Kelurahan Beringin Jaya
3. Kelurahan Sumberrejo
4. Kelurahan Sumberrejo Sejahtera
5. Kelurahan Kemiling Permai
6. Kelurahan Kemiling Raya
7. Kelurahan Pinang Jaya
8. Kelurahan Sumber Agung
9. Kelurahan Kedaung

Kecamatan Kemiling merupakan bagian wilayah Kota Bandar Lampung yang berpenduduk kurang lebih 6.035 jiwa pada tahun 2017 dengan luas wilayah 2.098 Ha. Adapun batas wilayah Kecamatan Kemiling adalah sebagai berikut:¹⁰³

1. Sebelah Barat Berbatasan dengan Kab. Pesawaran
2. Sebelah Timur Berbatasan dengan Kec. Tanjung Karang Barat
3. Sebelah Selatan Berbatasan dengan Kec. Teluk Betung Utara
4. Sebelah Utara Berbatasan dengan Kec. Raja Basa

¹⁰² *Ibid.*, h. 3

¹⁰³ *Ibid.*, h. 3

Kecamatan Kemiling termasuk wilayah yang beriklim tropis dengan curah hujan rata-rata 200 mm s/d 300 mm/tahun, dengan suhu rata-rata 27° - 37° C.¹⁰⁴

Beberapa Fasilitas Kesejahteraan Sosial yang ada di Kecamatan Kemiling adalah Fasilitas Agama, Fasilitas Pendidikan, Fasilitas Kesehatan. Untuk mengetahui jumlah fasilitas yang ada di Kecamatan Kemiling dapat ditabel berikut:¹⁰⁵

1. Fasilitas Agama

Tabel 2
Fasilitas Agama

No	Fasilitas Agama	Jumlah (Unit)
1	Masjid	81
2	Musholla	48
3	Greja	2
4	Pure	Tidak Ada
Jumlah		131

Sumber Data: Diperoleh Dari Kantor Kecamatan Kemiling

Dari tabel diatas dapat dilihat Fasilitas Agama yang ada di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung yaitu Masjid sebanyak 81 buah; Musholla sebanyak 48 buah; Greja sebanyak 2 buah, dan pure sebanyak 0 buah.

¹⁰⁴ *Ibid.*, h. 3

¹⁰⁵ *Ibid.*, h. 3

2. Fasilitas Pendidikan

Tabel 3
Fasilitas Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Unit)
1	PAUD	31
2	Taman Kanak-kanak (TK)	40
3	Sekolah Dasar (SD)	21
4	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	11
5	Sekolah Menengah Atas (SMA)	7
6	Pergurua Tinggi (PT)	1
	Jumlah	111

Sumber Data: Diperoleh Dari Kantor Kecamatan Kemiling

Dari tabel diatas dapat dilihat Fasilitas Pendidikan yang ada di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung yaitu Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sebanyak 31 buah; Taman Kanak-kanak (TK) sebanyak 40 buah; Sekolah Dasar (SD) sebanyak 21 buah; Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 11 buah; Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 7 buah; Perguruan Tinggi (PT) sebanyak 1 buah.¹⁰⁶

¹⁰⁶ *Ibid.*, h. 4

3. Fasilitas Kesehatan

Tabel 4
Fasilitas Kesehatan

No	Tingkat Kesehatan	Jumlah (Unit)
1	Puskesmas Rawat Inap	1
2	Rumah Sakit Swasta	1
3	Rumah Sakit Bersalin	Tidak Ada
4	Puskesmas Induk	3
5	Puskesmas Pembantu	9
6	Apotek	4
Jumlah		18

Sumber Data: Diperoleh Dari Kantor Kecamatan Kemiling

Dari tabel diatas dapat dilihat Fasilitas Kesehatan yang ada di Kecamatan Kemiling yaitu Puskesmas Rawat Inap sebanyak 1 buah; Rumah Sakit Swasta sebanyak 1 buah; Rumah Sakit Bersalin 0 unit; Rumah Sakit induk sebanyak 3 buah; Rumah Sakit Pembantu sebanyak 9 buah; apotek sebanyak 4 buah.¹⁰⁷

4. Nama-nama Pejabat yang Pernah Menjabat di Kemiling Bandar Lampung

Tabel 5
Nama-nama Pejabat yang Pernah Menjabat di Kemiling Bandar Lampung

NO.	N A M A	MASA TUGAS
1	Drs. DARSONO	2002 s/d 2004
2	Hi.ENDANG SUHERMAN	2004 s/d 2006
3	Drs. EDDYAR SALEH	2006 s/d 2008
4	RIDUAN AGUS, S.Sos	2008
5	Drs.FACRUDIN	2008 s/d 2009

¹⁰⁷ *Ibid.*, h. 4

6	Drs. SYAFRILSYAH,MH	2009 s/d 2011
7	M. ANDI SONTAMA NURDIN,SDM.MM	2011 s/d 2014
8	THOMAS AMIRICO S.STP.MH	2014 s/d 2017
9	Plt. Camat Kemiling (Drs. SUKARMA WIJAYA)	2018 s/d sekarang

Sumber Data: Diperoleh Dari Kantor Kecamatan Kemiling

B. Hasil Penelitian

1. Data Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden yang diteliti maka didapatkan hasil berikut :

Tabel 6
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase <i>E</i>
1	Laki-laki	68	68%
2	Perempuan	32	32%
	Jumlah	100	100%

Sumber Data: Diolah Responden Tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin seluruh masyarakat Kecamatan Kemiling sebagai responden jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin laki-laki berjumlah 68 orang atau sebesar 68%, dan yang berjenis kelamin perempuanialah sebanyak 32 orang atau sebesar 32%. Dari

keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini ialah anggota yang berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 7
Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	persentase
1	SD	3	3%
2	SMP	14	14%
3	SMA/SMK	43	43%
4	Sarjana/Diploma	40	40%
		100	100%

Sumber Data: Diolah Responden Tahun 2019

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 3 orang atau 3%, SMP sebanyak 14 orang atau 14%, SMA/SMK sebanyak 43 orang atau 43%, dan Sarjana/Diploma sebanyak 40 orang atau 40%.

Tabel 8
Data Responden Berdasarkan Umur

No	Usia	Jumlah	Persentase <i>E</i>
1	20-30	23	23%
2	31-41	38	38%
3	41-50	34	34%
4	>50	17	17%
	Jumlah	100	100%

Sumber Data: Diolah Responden Tahun 2019

Berdasarkan usia, responden dengan usia 20-30 tahun sebanyak 23 orang atau 23%, usia 30-41 tahun sebanyak 38 orang atau 38%, usia 41-50 tahun sebanyak 34 orang atau 34%, serta usia >50 tahun sebanyak 17 orang atau 17%.

Tabel 9
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Wiraswasta	55	55%
2	Petani	17	17%
3	PNS	27	27%
	Jumlah	100	100%

Sumber Data: Diolah Responden Tahun 2019

Berdasarkan pekerjaan, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 55 orang atau 55%, pekerjaan petani sebanyak 17 orang atau 17%, dan pekerjaan PNS sebanyak 27 orang atau 27%.

2. Data Kuesioner Responden

Tabel 10
Tabel Pengetahuan

No	Indikator	Frekuensi						Presentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	XIP1	56	41	2	1	0	100	56%	41%	2%	1%	0%	100%
2	XIP2	34	47	15	4	0	100	34%	47%	15%	4%	0%	100%
3	XIP3	53	34	12	1	0	100	53%	34%	12%	1%	0%	100%
4	XIP4	25	60	13	2	0	100	25%	60%	13%	2%	0%	100%
5	XIP5	42	46	12	0	0	100	42%	46%	12%	0%	0%	100%

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

Berdasarkan table 10 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 56 responden atau 56%, hal ini menunjukkan bahwa responden sudah banyak yang mengenal tentang bank syariah.

Berdasarkan table 10 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 47 responden atau 47% hal ini menunjukkan bahwa responden sudah mengetahui bahwa reputasi pada bank syariah cukup baik.

Berdasarkan table 10 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 53 responden atau 53% hal ini menunjukkan bahwa responden pada bank syariah mayoritas beragama muslim.

Berdasarkan table 10 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 60 responden atau 60% hal ini menunjukkan bahwa responden Investasi yang dilakukan Bank syariah relatif terbatas karena hanya pada kegiatan yang halal saja.

Berdasarkan table 10 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 46 responden atau 46% hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa selain pembiayaan *Mudharabah*, Bank Syariah juga memberi pembiayaan *Musyaraqah* untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Tabel 11
Tabel Kepercayaan

No	Indikator	Frekuensi						Presentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	X2P1	52	35	7	6	0	100	52%	35%	7%	6%	0%	100%
2	X2P2	42	42	7	9	0	100	42%	42%	7%	9%	0%	100%
3	X2P3	45	41	8	6	0	100	45%	41%	8%	6%	0%	100%
4	X2P4	42	46	8	4	0	100	42%	46%	8%	4%	0%	100%
5	X2P5	49	43	8	0	0	100	49%	43%	8%	0%	0%	100%

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

Berdasarkan table 11 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 52 responden atau 52% hal ini menunjukkan bahwa responden percaya bahwa Bank Syariah dapat bersaing dengan Bank Konvensioal.

Berdasarkan table 11 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 42 responden atau 42% hal ini menunjukkan bahwa responden percaya bahwa investasi di Bank Syariah kurang beresiko daripada Bank Konvensional.

Berdasarkan table 11 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 45 responden atau 45% hal ini menunjukkan bahwa responden percaya bahwa tabungan di Bank Syariah lebih aman dari pada di Bank Konvensional.

Berdasarkan table 11 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 46 responden atau 46% hal ini menunjukan bahwa responden percaya bahwa Bank Syariah sangat peduli terhadap keamanan bertransaksi nasabah.

Berdasarkan table 11 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 49 responden atau 49% hal ini menunjukan bahwa responden percaya bahwa Bank Syariah memberi kompensasi kepada nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan sesama.

Tabel 12
Tabel Produk dan Layanan

No	Indikator	Frekuensi						Presentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	X3P1	51	39	9	1	0	100	51%	39%	9%	1%	0%	100%
2	X3P2	45	45	7	3	0	100	45%	45%	7%	3%	0%	100%
3	X3P3	45	48	4	3	0	100	45%	48%	4%	3%	0%	100%
4	X3P4	32	60	6	2	0	100	32%	60%	6%	2%	0%	100%
5	X3P5	48	45	7	0	0	100	48%	45%	7%	0%	0%	100%

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 51 responden atau 51%, hal ini menunjukan bahwa responden setuju Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk dan layanan.

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 45 responden atau 45%, hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa staf Bank Syariah sopan dan ramah.

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 48 responden atau 48%, hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Bank Syariah memberikan layanan yang cepat dan efisien.

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 60 responden atau 60%, hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Bank Syariah memiliki produk bank yang menarik, inovatif dan menjawab kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 48 responden atau 48%, hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa staf selalu memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah nasabah.

Tabel 13
Tabel Produk-Produk Bank Syariah

No	Indikator	Frekuensi						Presentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	YP1	53	36	10	1	0	100	53%	36%	10%	1%	0%	100%
2	YP2	43	43	11	3	0	100	43%	43%	11%	3%	0%	100%

3	YP3	26	61	11	2	0	100	26%	61%	11%	2%	0%	100%
4	YP4	28	63	7	2	0	100	28%	63%	7%	2%	0%	100%
5	YP5	47	47	6	0	0	100	47%	47%	6%	0%	0%	100%

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

Berdasarkan table 13 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 53 responden atau 53%, hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui jenis atau ragam produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah.

Berdasarkan table 13 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 43 responden atau 43%, hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui prinsip *mudharabah* pada Bank Syariah.

Berdasarkan table 13 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 61 responden atau 61%, hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui prinsip *musyarakah* pada Bank Syariah.

Berdasarkan table 13 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 63 responden atau 63%, hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui prinsip *mudharabah* pada Bank Syariah.

Berdasarkan table 13 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 47 responden atau 47%, hal ini menunjukkan bahwa responden setuju produk Bank Syariah yang digunakan bermanfaat bagi responden.

C. Hasil Uji Data

Penulis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji determinasi, dan uji T. untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti. Jawaban dihitung berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar di mana terdiri dari 5 pertanyaan tentang pengetahuan, 5 pertanyaan tentang kepercayaan, 5 pertanyaan tentang produk dan layanan, 5 pertanyaan tentang produk Bank Syariah.

Adapun hasil uji menggunakan aplikasi *SPSS Versi 16,0* diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan, kepercayaan, produk dan layanan.

Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti dengan taraf signifikan 0.05 dilakukan dengan mengkorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Kemudian nilai korelasi (R_{hitung}) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (R_{tabel}). Jika nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} artinya variabel dapat dikatakan valid. Dari penelitian menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari R_{tabel} . Artinya seluruh pernyataan bersifat valid. Dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Uji Validitas

Tabel 14
Uji Validitas

No	Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	Pengetahuan (X1)	P1	0,668	0,197	Valid
		P2	0,620	0,197	Valid
		P3	0,655	0,197	Valid
		P4	0,594	0,197	Valid
		P5	0,620	0,197	Valid
2	Kepercayaan (X2)	P6	0,738	0,197	Valid
		P7	0,598	0,197	Valid
		P8	0,642	0,197	Valid
		P9	0,724	0,197	Valid
		P10	0,559	0,197	Valid
3	Produk dan Layanan (X3)	P11	0,643	0,197	Valid
		P12	0,662	0,197	Valid
		P13	0,554	0,197	Valid
		P14	0,611	0,197	Valid
		P15	0,685	0,197	Valid
4	Produk-Produk (Y)	P16	0,660	0,197	Valid
		P17	0,648	0,197	Valid
		P18	0,658	0,197	Valid
		P19	0,556	0,197	Valid
		P20	0,632	0,197	Valid

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan dalam kuesioner konsisten atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,60. Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Croanbach's Alpha*.

Tabel 15
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Realibility Coefficient	Croanbach's Alpha	Keterangan
1	X1	5	0,615	Reliabel
2	X2	5	0,659	Reliabel
3	X3	5	0,619	Reliabel
4	Y	5	0,621	Reliabel

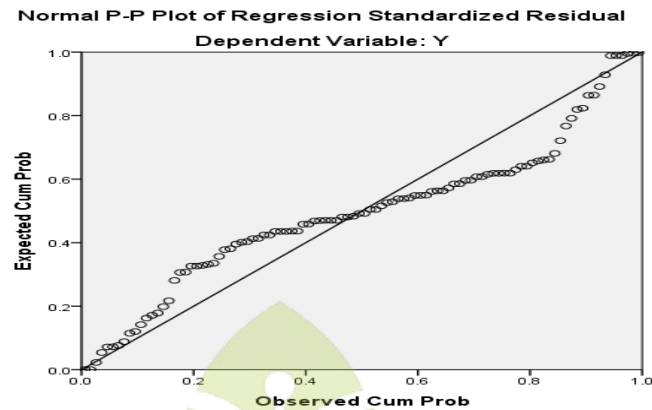
Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

Keterangan:

Dapat diketahui bahwa standart dari nilai *croanbach's alpha* adalah sebesar 0,60 sedangkan data perolehan dalam penelitian ini pada masing-masing variabel memiliki diatas 0,60. Maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah data kuisisioner penelitian bersifat dapat dipercaya atau reliabel.

D. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas.



Gambar 6
Uji Normalitas

Keterangan:

Berdasarkan tampilan output diatas dapat dilihat bahwa grafik *p-plot* yang terlihat yaitu keberadaan titik-titik yang mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 16
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.541	1.735		.888	.377		
X1	.143	.067	.145	2.122	.036	.724	1.381
X2	.036	.048	.044	.747	.457	.987	1.013
X3	.747	.069	.736	10.841	.000	.731	1.368

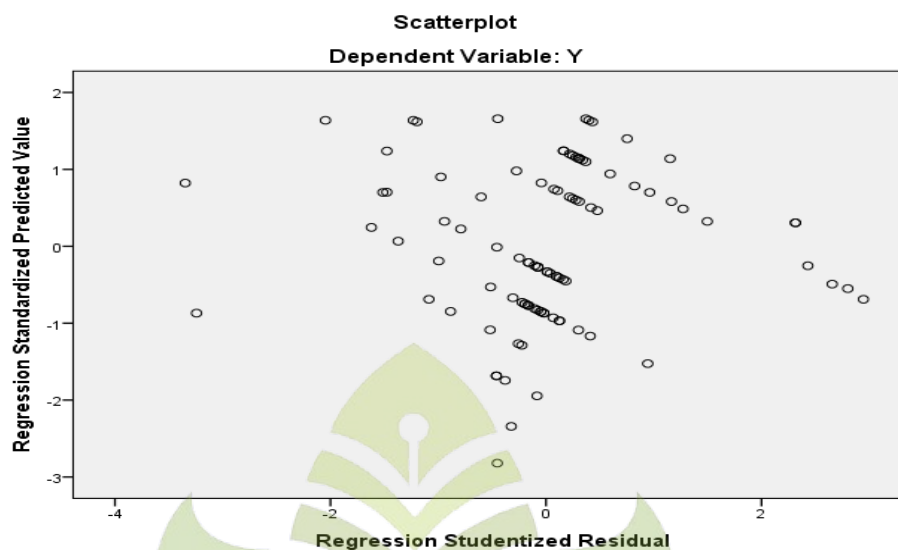
Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

a. Dependent Variabel: Y

Keterangan:

Tabel diatas mengatakan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak memiliki nilai *tolerance* yang kurang dari 0,10 karena nilai *tolerance* yang didapat dari variabel (X1) sebesar $0,724 > 0,10$ kemudian untuk variabel (X2) nilai *tolerance* sebesar $0,583 > 0,10$. Dan untuk variabel (X3) diperoleh hasil *tolerance* sebesar $0,731 > 0,10$. Kemudian untuk hasil VIF dari variabel indepenpun penelitian juga tidak memiliki nilai yang lebih besar dari angka 10. variabel (X1) memperoleh hasil FIV $1,381 < 10$ untuk variabel (X2) juga memperoleh hasil $1,013 < 10$. Dan untuk variabel (X3) diperoleh hasil FIV $1,368 < 10$. Jadi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisita



Gambar 7
Uji Heteroskedastisita

Keterangan:

Suatu metode yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas adalah dengan grafik *scatterplot*. Dari hasil output dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu. Penyebaran titik-titik juga berada diatas dan dibawah atau disekitar angka 0. Titik-titik juga tidak mengumpul diantara atas atau bawah sumbu Y saja. Jadi kesimpulannya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam masalah ini.

E. ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

1. Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 17
Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.541	1.735		.888	.377
X1	.143	.067	.145	2.122	.036
X2	.036	.048	.044	.747	.457
X3	.747	.069	.736	10.841	.000

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

a. Dependent Variabel: Y

Keterangan : dari Tabel diatas diketahui bahwa

1. Dalam model regresi diperoleh nilai konstanta sebesar 1,541. Artinya jika variabel X1, X2 dan X3 diasumsikan nilainya adalah (0) atau tetap, maka variabel Y bernilai 1,541.
2. Koefisien regresi variabel (X1) memperoleh hasil sebesar 0,143 yang artinya jika tingkat variabel (X1) mengalami peningkatan 1% maka variabel (Y) akan mengalami peningkatan 0,143 atau 14,3% dengan asumsi bahwa variabel (X) yang lain adalah konstan.
3. Koefisien regresi variabel (X2) memperoleh hasil sebesar 0,036 yang artinya jika tingkat variabel (X2) mengalami peningkatan 1% maka variabel (Y) akan

mengalami peningkatan 0,036 atau 3,6% dengan asumsi bahwa variabel (X) yang lain adalah konstan.

4. Koefisien regresi variabel (X3) memperoleh hasil sebesar 0,747 yang artinya jika tingkat variabel (X3) mengalami peningkatan 1% maka variabel (Y) akan mengalami peningkatan 0,747 atau 74,7% dengan asumsi bahwa variabel (X) yang lain adalah konstan.

F. UJI HIPOTES

1. Uji T (Parsial)

Tabel 18
Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.541	1.735		.888	.377
X1	.143	.067	.145	2.122	.036
X2	.036	.048	.044	.747	.457
X3	.747	.069	.736	10.841	.000

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

a. Dependent Variabel: Y

Keterangan :

- Perolehan hasil T_{hitung} variabel (X1) adalah $2,122 > T_{tabel} 1,661$ dan nilai sig. yang diperoleh adalah $0,036 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa variabel (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y).

2. Perolehan hasil T_{hitung} variabel (X2) $0,474 < T_{tabel} 1,661$ dan nilai sig. yang diperoleh adalah $0,457 > 0,05$. Maka disimpulkan bahwa variabel (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y).
3. Perolehan hasil T_{hitung} variabel (X3) $10,841 > T_{tabel} 1,661$ dan nilai sig. yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa variabel (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y).

2. Uji F (Simultan)

Tabel 19
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	316.756	3	105.585	66,860	.000 ^b
Residual	151.604	96	1.579		
Total	468.360	99			

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

a. Dependent Variable: Y

b. Predictor: (Constant), X3, X2, X1

Keterangan:

Standart dari uji F adalah nilai sig. $< 0,05$ dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dari hasil *Output SPSS* dalam penelitian ini memperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan memperoleh hasil F_{hitung} sebesar $66,860 < F_{tabel} 2,70$. Kesimpulannya adalah variabel (X1), (X2) dan (X3) berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 20
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.676	.666	1.25667

Sumber Data: Diolah Kuesioner dengan Bantuan program SPSS 16.0

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependen Variable: Y

Keterangan:

Berdasarkan hasil *Output SPSS* diketahui bahwa diperoleh nilai *Rsquare* adalah sebesar 0,676 atau 67,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel (X1), (X2), dan (X3) berpengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 67,6% sedangkan 32,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

G. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Hasil Penelitian

a. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan Syariah. Dalam pengaruh pengetahuan (X₁), kepercayaan (X₂) dan produk dan layanan (X₃) secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah (Y). peneliti menguji dengan uji F yaitu dilihat dari tabel (ANNOVA) bahwa F_{hitung} lebih

besar dari F_{tabel} , bahwa nilai $F_{\text{hitung}} 66.860 > F_{\text{tabel}} 2,70$ dengan taraf signifikan 0,000. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel antara pengaruh pengetahuan (X_1), kepercayaan (X_2) dan produk dan layanan (X_3) secara bersama/simultan berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah.

Berarti bahwa pengetahuan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah. Pengetahuan sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Kemiling untuk memilih produk Bank Syariah. Dari pengetahuan yang mereka miliki, masyarakat bisa mengetahui manfaat menggunakan produk Bank Syariah, bisa mengetahui apa saja produk-produk yang disediakan oleh Bank Syariah, bisa mengetahui keuntungan yang mereka dapatkan dari produk Bank Syariah, bisa mengetahui bagaimana sistem yang digunakan oleh Bank Syariah sehingga menarik masyarakat untuk menggunakan produk Bank Syariah. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden “Menurut saya pengetahuan sangat berpengaruh pada minat memilih produk Bank Syariah karena dengan adanya pengetahuan seseorang bisa

memutuskan apakah seseorang tersebut berminat untuk menggunakan produk Bank Syariah atau tidak”¹⁰⁸

Hasil penelitian ini diperkuat juga oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kautsar Audytra Muhammad yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah”, pengaruh pengetahuan berpengaruh positif pada minat memilih produk Bank Syariah.¹⁰⁹

b. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk bank Syariah. Dapat dilihat bahwa Perolehan hasil T_{hitung} variabel (X2) $0,474 < T_{tabel} 1,661$ dan nilai sig. yang diperoleh adalah $0,457 > 0,05$. Maka disimpulkan bahwa variabel (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y).

Berarti bahwa kepercayaan masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah dikarenakan masih banyak masyarakat Kecamatan Kemiling yang mempercayai bahwa Bank Syariah dengan Bank Konvensional itu

¹⁰⁸ Erika Norliza, wawancara dengan penulis, Sumber Rejo Kecamatan Kemiling Bandar Lampung, 02 Januari 2019

¹⁰⁹ Kautsar Audytra Muhammad, “Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah”. (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), h. 78

sama saja. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden “Saya belum mempercayai bahwa Bank Syariah dengan Bank Konvensional itu berbeda, dan juga pelayanan yang Bank Syariah berikan kurang memberikan kenyamanan kepada nasabah, seperti terlalu rumitnya syarat-syarat yang harus dilakukan oleh nasabah”.¹¹⁰

Hasil penelitian ini diperkuat juga oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ana Ratna Utami yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dengan minat menabung pada Bank Muamalah.¹¹¹

c. Pengaruh Produk dan Layanan Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk dan layanan berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah. Dapat dilihat bahwa T_{hitung} untuk variabel produk dan layanan (X_3) sebesar = 10.841 terhadap pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah (Y)

¹¹⁰ Agus Hidayat, wawancara dengan penulis, Sumber Rejo Kecamatan Kemiling Bandar Lampung, 02 Januari 2019

¹¹¹ Dwi Ana Ratna Utami, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”. (Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suna Kalijaga, Jogjakarta, 2017), h. 29

sebesar = 1.661 hal ini berarti $T_{hitung} 10.841 > T_{tabel} 1.661$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berarti bahwa produk dan layanan berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah. Produk dan layanan berpengaruh positif karena produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah adalah produk-produk halal, sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk Bank Syariah. Selain dari produk, pelayanan yang cepat, tepat, serta para staf yang dimiliki oleh Bank Syariah yang sopan dan ramah memberikan kenyamanan bagi masyarakat, dan staf selalu memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah bagi nasabahnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden “Dengan berbagai macam produk yang disediakan oleh Bank Syariah saya berminat untuk menggunakan salah satu produk Bank Syariah, dan saya nyaman dengan pelayanan yang staff Bank Syariah berikan”.¹¹²

Hasil penelitian ini diperkuat juga oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ana Ratna Utami yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” bahwa adanya pengaruh

¹¹² Puji Amaliah, wawancara dengan penulis, Sumber Rejo Kecamatan Kemiling Bandar Lampung, 02 Januari 2019

yang signifikan antara produk dan layanan terhadap minat menabung di Bank Muamalah.¹¹³

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat pada umumnya telah mengetahui bahwa prinsip yang dijalankan oleh perbankan syariah dengan sistem bagi hasilnya lebih baik daripada sistem bunga yang dijalankan oleh bank konvensional, sistem bagi hasil dianggap lebih berkeadilan karena umumnya masyarakat akan merasa terbebani oleh beban bunga yang cukup besar yang umumnya dianut oleh bank konvensional. Dari hasil penelitian tersebut bank syariah harus dapat meningkatkan pendapatan bebas bunga dari sistem bagi hasil dan margin yang ada, sehingga kegiatan bank syariah dalam rangka meningkatkan penjualan produk bank syariah kepada masyarakat dapat berjalan sesuai dengan asas keadilan yang dipegang yaitu, bebas dari segala kegiatan yang berhubungan dengan riba. Sebagian besar masyarakat juga memberikan persepsi yang baik terhadap keberadaan bank syariah yang tidak hanya diperuntukkan bagi umat Muslim serta perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional yang menunjukkan pengakuan masyarakat tentang kemurnian prinsip syariah yang dijalankan oleh perbankan syariah. Seperti dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 279, sebagai berikut:

¹¹³ Dwi Ana Ratna Utami, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah". (Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suna Kalijaga, Yogyakarta, 2017), h. 29

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya:

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka Ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”(QS Al-Baqarah Ayat 279)¹¹⁴

Walaupun sebagian besar masyarakat mengetahui tentang perbankan syariah, tetapi ada sebagian masyarakat yang juga masih mempercayai bahwa sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional itu sama saja sehingga masyarakat masih ragu untuk menggunakan produk bank syariah. Sehingga masih perlu adanya sosialisasi tentang perbankan syariah karena masyarakat masih kurang paham tentang bank syariah khususnya terkait produk dan prinsip-prinsipnya, perlu adanya peningkatan jumlah bank syariah di wilayah Kemiling agar memudahkan akses masyarakat terhadap perbankan syariah, dan mendukung keberadaan perbankan syariah dengan mempertahankan serta meningkatkan sistem perbankan yang benar-benar sesuai syariat islam.

¹¹⁴ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Cv Wicaksana, 2016). h, 37

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini dengan bantuan *SPSS 16,0* maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

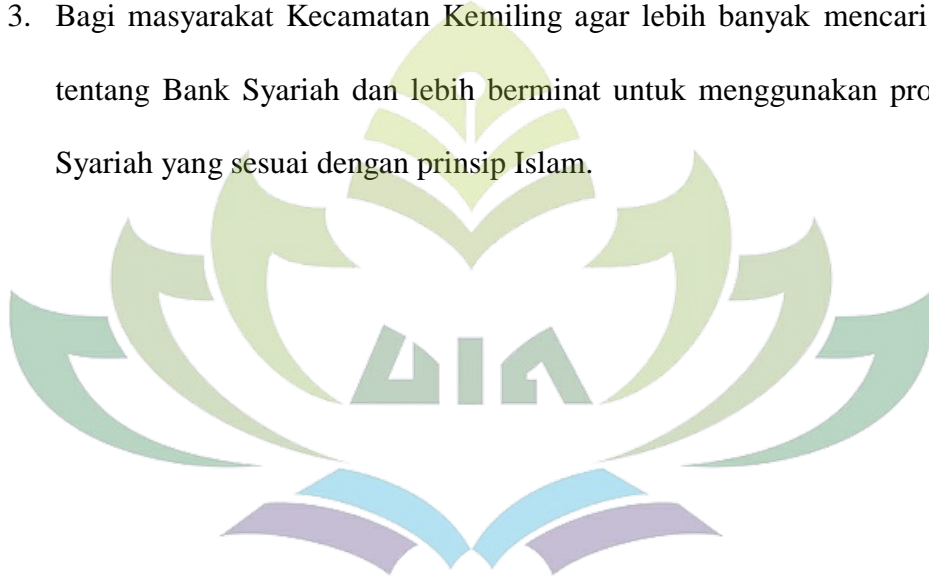
Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah. Uji persial (t) pengetahuan tentang perbankan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar $0,036 < 0,05$. Uji persil (t) kepercayaan terhadap perbankan syariah tidak berpengaruh positif dan signifikan sebesar $0,457 > 0,05$. Uji persial (t) produk dan layanan perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Uji Koefisien Determinasi (R) diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,676. Dapat diartikan bahwa variabel (X1), (X2), (X3) berpengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 67,7% sedangkan 32,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi lembaga Bank Syariah, sosialisasi yang efektif perlu ditekankan pada pengenalan sisi keunggulan Bank Syariah disamping produk dan layanan yang dimiliki oleh Bank Syariah. Hal ini dalam rangka untuk menepis keraguan-keraguan dikalangan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan,

masyarakat terhadap Bank Syariah, dan perlu adanya peningkatan jumlah Bank Syariah di wilayah Kecamatan Kemiling agar memudahkan akses masyarakat terhadap perbankan syariah

2. Bagi peneliti selanjutnya agar meneliti pada masyarakat yang lebih luas dan ditambah faktor apa saja yang bisa mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk Bank Syariah.
3. Bagi masyarakat Kecamatan Kemiling agar lebih banyak mencari informasi tentang Bank Syariah dan lebih berminat untuk menggunakan produk Bank Syariah yang sesuai dengan prinsip Islam.



Daftar Pustaka

- A.A Anwar Prabu Mangkunegara.2002. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*.Bandung:PT: Refika Aditama
- Abdullah, Abdul Aziz. 2012. *et., al., Perception of Non – Muslims Customers Towards Islamic Banks in Malaysia*. International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 11
- Abdurrahman Abror. 2000.*Psikologi Pendidikan*.Yogyakarta: PT. Tiara Wacana
- Alma, Bacharahi. 2003. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: CV. Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosuder Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta
- Ascarya. 2013. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada
- Benson, Nigel C dan Simin Grove. 2000. *Mengenal Psikologi For Beginners*. Bandung: Mizan
- Departemen Agama RI. 2016. *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Cv Wicaksana
- Eva, Nur'ana dan Wahyuningsih Nining. 2016. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Penjagan tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jurnal Al-Mustasfa, vol. 4 diakses pada tanggal 07 Maret 2018
- Ezni Balqiah Tengku dan Hapsari Setyowardani. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Firdaus, Muhammad. 2011. *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Gunawan, R Sudarmanto. 2013. *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Hartono, SPSS 16.0. 2008. *Analisis data Statistik dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Hidayati, Rachmad. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, (Skripsi Universitas Trunujoyo Madura), Cpanel. Petra.ac.id/Ejournal/Index.php/man/article/view article/17746, diakses tanggal 07 Maret 2018

<https://.web.id>. Wikipedia. Org/Wiki/Masyarakat

Karim, Adiwarman. 2014. *Bank Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo

Kartini Kartono. 2008. *Psikologi Umum*. Alumni Bandung

Kasmir. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Kotler. 2002. *Pemasaran di Indonesia: analisa Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat

Kolter, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Indonesia: PT Macana Jaya Cemerlang

M. Syari'I Antonio. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani

Mappiare, Andi. 2008. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional

Miftah, Thoha. 2003. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Persada

Muhammad. 2014. *Managemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Najati. 2015. *Psikologi dalam Al-Qur'an dalam Penyembuhan Gangguan Kejiwaan*. Bandung: Pustaka Setia

Rahmawaty, Anita. 2014. *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Sayriah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang*". (Skripsi STAIN Kudus Jawa Tengah. Jurnal <https://scholar.google.co.id> Diakses tanggal 25 Maret 2018

Rakhmad, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Slameto. 2002. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Stephen Robbins. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Sugiono. 2010. *Motode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sukarto, M.M. 2005. *Nafsiologi*. Jakarta: Integritas Press
- Tim Penyusun Kamus Pustaka Pembina dan Pengembangan Bahasa. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Wahyuningsih Nining dan Eva Nur'ana. 2016. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Penjagan tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*. *Journal Al-Mustasfa*, vol.4. Diakses 07 maret 2018
- Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi
- Wicaksono, Novan Alda. 2016 Skripsi. *Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di KElurahan Way Dadi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung di Tinjau dari Ekonomi islam*. Lampung: UIN Lampung
- Winkel, Ws. 2012. *Psikologi Pengajaran*, Yogyakarta: Media Abadi
- Wirawan, Sarlito Sarwono. 2005. *Teori-Teori Psikologi Sosial*, Jakarta: Rajawali
- Wiroso. 2009. *Produk Perbank Syariah*, Jakarta: LPFE Usakti
- Yulianti, Rahma. 2015. *Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah*. *Jurnal Unsyiah.ac.id*, Diakses 06 Maret 2018